

Opinnäytetyö

Terveysala

Terveydenhoitaja (AMK)

Registered public health nurse (AMK)

NHTHSS12

2017

Eini Mikkola

MEDIAN JA MAINONNAN VAIKUTUS NUORTEN TYTTÖJEN ITSETUNTOON JA MINÄKUVAAN

Eini Mikkola

MEDIAN JA MAINONNAN VAIKUTUS NUORTEN TYTTÖJEN ITSETUNTOON JA MINÄKUVAAN

Opinnäytetyön tehtävänä oli tuottaa verkkosivut nuorille tytöille Terveysnetin Nuorisonettiin median vaikutuksista heidän käsityksiinsä tavoiteltavasta ulkonäöstä. Tavoitteena on lisätä nuorten tyttöjen kykyä tunnistaa median ja mainonnan vaikutus nuoren minäkuvan muodostumiseen.

Itsetunto tarkoittaa sitä, miten nuori itseään arvioi. Se voidaan määrittää sekä myönteiseksi että kielteiseksi. Minäkuva merkitsee nuoren kokemusta itsestään. Itsetunto ja minäkuva kulkevat rinnakkain. Huono itsetunto kielii myös huonosta minäkuvasta ja päinvastoin. Silti nämä tukevat toisiaan nuoren elämässä. Itsetuntoa ja minäkuvaa voi vahvistaa harjoittelemalla ja tutustumalla itseensä. Nuorena itsetunnon ja minäkuvan rakentaminen vaikeutuu. Lähipiiri, perhe ja ystävät vaikuttavat nuoren itsetunnon ja minäkuvan rakentumiseen. Nuori on altis myös ulkopuolisille tekijöille, kuten medialle ja sen välittämille kauneusihanteille.

Medialla ja mainonnalla on suuri merkitys nykynuoren maailmassa. Nuoret käyttävät mediaa jokapäiväisessä elämässään. Nuorten itsetuntoon näillä on sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia. Mitä heikompi itsetunto nuorella on, sitä voimakkaammin hän vertaa itseään median välittämiin kauneusihanteisiin. Itsetunnon ollessa hyvä, voi media toimia itsetuntoa vahvistavana tekijänä. Sama pätee minäkuvaan.

Nuorten kasvavan internetin käytön vuoksi opinnäytetyö on haluttu toteuttaa verkkosivuina nuorten terveyden edistämiseksi. Verkkosivut on tuotettu projektina ja niillä on kerrottu nuorille itsetunnosta, minäkuvasta ja siitä, kuinka media näihin nuorten kohdalla vaikuttaa. Sivuilla on myös haluttu haastaa nuori miettimään omaa itsetuntoaan ja annettu mahdollisuus sen vahvistamiseen. Median käyttämiä kuvia on haluttu havainnollistaa tekijän omilla kuvilla, jotta nuori huomaisi alkuperäisen ja muokatun kuvan eron.

Nuorten itsetunnon ja minäkuvan vahvistamiseen on tärkeä kiinnittää huomiota. Itsetunnoltaan ja minäkuvaltaan terve nuori kasvaa näiltä osin myös terveeksi aikuiseksi. Yhteiskunnan luomien kehonkuvaihanteiden muuttumisella olisi positiiviset vaikutuksen nuorten itsetunnon ja minäkuvan kehittymiselle. Nuoren lähipiirin luoma hyväksyvä ilmapiiri ja tukeminen ovat myös isossa osassa nuoren kehityksessä. Nuoren täytyy tuntea itsensä hyväksytyksi. Tämän opinnäytetyön tuottamia verkkosivuja voi hyödyntää nuori itse esimerkiksi kotona. Lisäksi koulussa, esimerkiksi terveystiedon tunnilla, voisi verkkosivuja käydä yhdessä nuorten kanssa läpi. Tällöin voisi myös tehdä verkkosivuilla olevia harjoituksia aikuisen ohjaamana.

ASIASANAT:

Itsetunto, minäkuva, media, mainonta, itsetuntemus, terveyden edistäminen, verkkojulkaisu

Eini Mikkola

THE EFFECTS OF MEDIA AND THE ADVERTISING ON SELF-ESTEEM AND SELF-IMAGE OF YOUNG GIRLS

The purpose of the Bachelor's Thesis is to produce a website for young girls about the impact of the media on the look they are looking for. The aim is to increase the ability of young girls to recognize the impact of media and advertising on the formation of self-image.

Self-esteem means the way how the young person experiences themselves comprehensively. It can be positive and negative. Self-image is how young person see herself. Self-esteem and self-image go hand in hand. Poor self-esteem also speaks of bad self-image and vice versa. Still, these support each other in the young girl's life. Self-determination and self-image can be strengthened by training and exploring. Young people are prone to external factors, such as the media and the beauty stories they transmit. Also related parties, family and friends influence the building up of self-esteem and self-image. Media and advertising has a great importance in the world of today. Young people increasingly use media in their daily lives. For the self-esteem of young people, these have both positive and negative impacts. If young person's self-esteem is weak can media and advertising impacts more powerful. With self-sufficiency, the media can act as a factor in self-esteem. The same goes for self-image.

It is important to pay special attention to the promotion of health in young people, as the foundation for health is created in adolescence. Promoting health is an increase in the individual's or community's influence on their own health. The internet acts as a mediator of information and when it comes to young people, it is an excellent path for health promotion.

A bachelor's thesis is being implemented as a project that produces a website for young people. The web site has been told about self-esteem, self-image, and how media affects these young people. The site also has the desire to challenge young people to think about their own self-esteem and give them the opportunity to confirm it. Images used by the media have been descriptive with the artist's own images so that the young person can see the difference between the original and the custom image.

It is important to pay attention to strengthening the self-esteem and self-image of young people. The transformation of ideals created by society would have a positive impact on the development of self-esteem and self-image by young people. The empowering atmosphere and support created by the close relatives of the young are also in the big part of young people's development. When a young girl feels himself well-acquainted, he also feels that she is just as good as she is.

KEYWORDS:

self-esteem, self-image, young, media, advertising,

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 MINÄKUVAN JA ITSETUNNON KEHITTYMINEN NUORUUDESSA	7
3 ITSETUNNON VAHVISTAMINEN	11
4 MEDIA JA MAINONTA NUORTEN MAAILMASSA	13
5 MEDIAN JA MAINONNAN VAIKUTUS NUOREEN	19
6 TERVEYDEN EDISTÄMINEN VERKKOSIVUJEN AVULLA	23
7 PROJEKTIN TEHTÄVÄ JA TAVOITE	28
8 PROJEKTIN TOTEUTTAMINEN JA TUOTOS	29
9 EETTISYYS JA LUOTETTAVUUS	33
10 POHDINTA	35
LÄHTEET	38

LIITTEET

Liite 1. Verkkosivujen etusivu

Liite 2. Artikkelit Terveystietäjälehteen

1 JOHDANTO

Mainonta käsitteenä tarkoittaa tapahtumaketjua, jossa kohderyhmän tarpeet määritellään ja viestintään tukeutuen toimitetaan asiakkaan tarpeita tyydyttäviä hyödykkeitä. Kaupallinen markkinointi on lisääntynyt merkittävästi erityisesti alaikäisiin kohdennettuna. Yhä nuoremmat joutuvat markkinoinnin kohteeksi. Nykyisin lapset ja nuoret ovat kaupallisuuden ja mainonnan ympäröimänä taaperoi-ikäisestä lähtien. Internet ja matkapuhelimet ovat tulleet uutena markkinointi- ja ostoväylänä. Mainonta kehittyy jatkuvasti myös alaikäisiin vaikuttamisessa. Alaikäisiin kohdistuvalla markkinoinnilla on suora yhteys lapsiperheiden kulutuskäyttämiseen ja on havaittu, että alaikäiset ovat merkittäviä kuluttajia. Alaikäisten kasvuaessa heistä saadaan merkkiuskollisia kuluttajia. (Kuluttajavirasto 2004.) Medialla ja markkinoinnilla on suuri vaikutus nuoren minäkuvan ja itsetunnon kehitykseen, koska ne kehittyvät vuorovaikutuksesta ympäröivään maailmaan. (Salokoski & Mustonen. 2007. 55-58.)

Itsetunto tarkoittaa nuoren käsitystä itsestään, ominaisuuksistaan ja taidoistaan. Itsetunto kehittyy nuoruusiässä ja kulkee käsi kädessä minäkuvan kanssa. Itsetunto tarkoittaa ihmisen käsitystä itsestä ja onkin persoonallinen ominaisuus, joka löytyy jokaiselta. Vuorovaikutuksesta ja hyvistä sekä huonoista kokemuksista muodostuva itsetunto onkin yksi herkimmistä ominaisuuksistamme. Itsetunto näkyy ihmisen jokapäiväisessä elämässä ja siinä, millaisen kuvan itsestämme annamme. (Lyyti 2015.) Minäkuva rakentuu myös pääsääntöisesti nuoruusiässä. Siihen vaikuttaa moni asia, kuten oma fyysinen olemus, seksuaaliset ja emotionaaliset käsitykset, perhe, rotu sekä etninen tausta. (Salokoski & Mustonen 2007. 58.)

Opinnäytetyön tehtävänä oli tuottaa verkkosivut nuorille tytöille Terveysnetin Nuorisonettiin median vaikutuksista heidän käsityksiinsä tavoiteltavasta ulkonäöstä. Tavoitteena on lisätä nuorten tyttöjen kykyä tunnistaa median ja mainonnan vaikutus nuoren minäkuvan muodostumiseen.

Terveysnetti on Turun ammattikorkeakoulun ja Salon terveyskeskuksen ylläpitämä sivusto, joka koostuu opiskelijoiden opinnäytetöistä. (Turun ammattikorkeakoulu 2011.) Opinnäytetyö kuuluu asiakkaan ohjaus hankkeeseen.

2 MINÄKUVAN JA ITSETUNNON KEHITTYMINEN NUORUUDESSA

Kulttuuri määrittelee elämänvaihetta, jota kutsutaan nuoruudeksi. Tässä elämänvaiheessa nuori kasvaa niin fyysisesti, psyykkisesti kuin sosiaalisestikin. Nuoruus on yksilöllistä ja sen sisältö ja pituus riippuvat kustakin yksilöstä. Ympäristö muokkaa nuorelle syntyvää maailmankuvaa ja tavoitteita. Nyky-yhteiskunnassa nuoruus alkaa aikaisemmin ja päättyy myöhemmin kuin muutama vuosikymmen sitten. Media luo kuvaa nuoruuden kaikkivoipaisuudesta ja se aiheuttaa nuoruuden myöhemmän päättymisen. Jokaisen nuoren yksilöllisyys muokkaa nuoren ulkomuotoa, persoonallisuutta sekä sosiaalista ympäristöä. Nuori luo näin itselleen oman elämän merkitystä. (Aaltonen ym. 1999. 12-13.)

Nuoruutta ei voi määritellä tarkkaan tiettyyn ikään kuuluvaksi, koska jokainen nuori on yksilö ja muutokset tapahtuvat yksilöllisesti. Nuoruuden alkamisajankohta on kuitenkin suhteellisen helppo määritellä biologisten muutosten sekä puberteetin alkaessa. Nuoruuden voi jakaa eri ikävaiheisiin: varhaisnuoruus noin 11–14 vuotiaana, keskinuoruus noin 15–18 vuotiaana sekä myöhäisnuoruus noin 18–25 vuoden iässä. Karkeasti voi määritellä, että fyysiset muutokset tapahtuvat varhaisnuoruudessa, sukukypsyys ja seksuaalisuuden herääminen keskinuoruudessa ja psyykkinen taso kehittyy myöhäisnuoruudessa. (Aaltonen ym. 1999. 18–19.)

Nuoruudessa tapahtuu suuria muutoksia suhteellisen lyhyessä ajassa. Fyysiset muutokset muokkaavat vartaloa aikuismaiseksi. Nuoruuteen liittyy uskomuksia ja normeja siitä, millainen tulisi olla. Tämän kaiken keskellä nuorella on paineita oman persoonan luomisessa ja elämän hahmottamisessa. Se on työläs prosessi. Tärkeä tekijä tästä kaikesta selviytymiselle on suhteellisen terveellä pohjalla oleva itsetunto. (Jarasto & Sinervo 1999. 9-13.)

Nuoruuteen kuuluu vahvasti valintojen tekeminen, jonka omana haasteena on pohdinta, millaiseksi nuori haluaa tulla. Haasteita minuksi kasvamiselle luo myös

ympäristön odotukset ja vaatimukset. Näiden yhteensovittaminen omien ajatusten, odotusten ja toiveiden kanssa voi usein tuntua hankalalta. Helpoin tapa olisi, jos kaikki osapuolet osaisivat toimia joustavasti, mutta näin ei valitettavasti usein ole. Mediakulttuurimme välittää jatkuvasti kuvaa siitä, millainen yksilön tulisi olla. (Martikainen 2007. 9-10.)

Sosiaalinen tuki on voimakkaasti esillä nuoren itsetunnon ja minäkuvan kehittämisessä. Mikäli nuori saa tukea perheeltään, läheisiltään, ystäviltään sekä muilta hänelle tärkeiltä henkilöiltä, kehittyy hänen itsetuntonsa vahvemmaksi. Nuori, jolla on hyvä itsetunto, kokee myös sosiaalisen tuen voimakkaammin kuin huonolla itsetunnolla varusteltu nuori. Hyväksynnän tavoittelu on nuorelle tärkeää. Mitä parempi itsetunto nuorella on, sitä hyväksytyimmäksi hän itsensä tuntee. Ennen kaikkea hyväksyntä ystäviltä kohottaa nuoren itsetuntoa. (Laakso 2013. 63-64.)

Kasvatus, koulu, media ja erilaiset ideologiat kasaavat nuoren päälle odotuksia siitä, millaiseksi hänen tulisi kasvaa. Nuorta ei ohjata tai rohkaista olemaan oma itsensä, vaan nuoren minuus ohjataan kulttuureiden odotusten alle. Nuori ei huomaa tätä manipulaatiota, koska se on niin hienoa ja anonyymia. Nuoresta kasvaa epävarma ja ujo, ellei hän löydä omaa itseään. Tätä seuraa nuoren kasvu epävarmaksi, ujoksi sekä itsetunnoltaan heikoksi aikuiseksi. Mikäli nuori elää jatkuvasti huomaamatta sitä, ettei hän ole oma itsensä, hän saattaa elää koko elämänsä näin. Hän elää muiden määrittämää elämää, tavoittelee muiden määrittelemiä tavoitteita sekä toteuttaa muiden tarpeita ja vaatimuksia. Muiden mielipiteet ilmaistaan omina. Murrosikäisen nuoren ihmisen tärkein tehtävä on löytää itsensä ja tulla omaksi itsekseen, jolloin hän voi elää omaa elämäänsä omine tavoitteineen. (Kauhanen 2012. 20-21.)

Minäkuvan muovautuminen alkaa jo varhain ja nuoruus on aikaa, jolloin lapsena rakennettu minä joutuu koetukselle. Käsitykset, asenteet ja tuntemuksen nuoren omista ominaisuuksista ja kyvyistä ovat minäkuva. (MLL 2010.) Tunteet hallitsevat nuoren elämää ja muokkaavat nuoren persoonallisuutta voimakkaasti. Persoonallisuuden muokkaamiseen vaikuttaa vahvasti myös ympäristö ja sen sekä kulttuurin antamat vaikutteet. (Aaltonen yms. 1999. 77-90.)

Positiivisen minäkuvan rakentamisessa on tärkeää, että nuori kokee pystyvänsä vastaamaan haasteisiin ja saa toiminnastaan positiivista palautetta. Kun nuori kokee pystyvänsä tähän, hänen itsetuntonsa sekä minäkuvansa vahvistuvat. (Aaltonen yms. 1999. 77-90.) Alati ja koko elämän ajan muuttuva ja kokemuksien muokkaama minäkuva on tapa, jolla nuori määrittelee ja luokittelee itsensä. Minäkuvan muovautumiseen vaikuttaa ympäristö, sosiaaliset rakenteet ja se, miten läheiset suhtautuvat nuoreen. Nuori valitsee itselle tärkeimmät henkilöt, joiden mielipiteellä ja suhtautumisella on suurin merkitys nuorelle. Myös etnisellä taustalla ja sosioekonomisella asemalla on vaikutusta nuoren minäkuvan kehitykseen. Nuoret, joilla on erilaisia kasvuympäristöjä tai – taustoja, näkevät itsensä ja arvostavat itseään eritavoin. (MLL 2010. 6-7.)

Minäkäsitys jaetaan kolmeen käsitykseen: omaan minäkäsitykseen, joka kuvaa millaisena nuori pitää itseään. Ihanneminäkäsitys kertoo, millainen nuori haluaisi olla. Sitä, millaisena muut näkevät nuoren ja mitä odotuksia heillä on, kutsutaan normatiiviseksi minäkäsitykseksi. Mikäli nuoren oma minäkäsitys on kaukana hänen asettamastaan ihanneminäkäsityksestä, aiheuttaa se usein riittämättömyyden tunnetta nuorelle. (MLL 2010. 6-7.) Minäkuva voi kuitenkin toimia kriittisellä hetkellä itsetunnon takeena ja jonain, mitä vasten nuori voi tukeutua. Se tarjoaa nuorelle työkaluja itsetunnon rakentamiseen ja toimiikin itsetunnon lähteenä. (Pontevedra 2007. 9.)

Itsetunto tarkoittaa sitä, miten yksilö arvioi itseään ja se voidaan määritellä niin myönteisesti kuin kielteisestikin. Hyvän itsetunnon omaava nuori pystyy käsittelemään nuoruuden kehitykset helpommin kuin huonolla itsetunnolla varustettu nuori. Jokaisella yksilöllä on kuva siitä, millaiseksi hän itsensä arvioi arvojen, kykyjen, tavoitteiden ja itsetuntemuksen perusteella. Tätä kuvaa kutsutaan itsetunnoksi. Yksilön käsitys itsestä ja se, millaisena yksilö kokee muiden hänet näkevän, on itsetunnon perusta. Itsetunnon kehitys alkaa jo lapsuudessa, ja vanhempien ja lapsen välinen suhde vaikuttaakin suurelta osin lapsen itsetunnon kehittymiseen. (Pontevedra 2007. 23-24.)

Itsetunnon ja minäkuvan välinen yhteys on voimakas. Kielteinen minäkuva kielii myös kielteisestä itsetunnosta. Mikäli nuorella on vahva itsetunto, on hän myös

tyytyväinen omaan vartalonsa ja ulkonäköönsä. Jos nuori kykenee arvioimaan omaa minäkuvaansa realistisesti, on hänellä parempi itsetunto. Toisaalta oman vartalonsa realistinen näkeminen vaatii nuorelta tervettä itsetuntoa. (Laakso 2013. 63.)

Mikäli nuori sisäistää median välittämiä ulkonäköihanteita helposti, se vaikuttaa hänen itsetuntoonsa negatiivisesti. Asia ei kuitenkaan ole näin yksiselitteinen. Hyvällä itsetunnolla varustettu nuori käyttää mediaa itsetunnon kohentamiseen, jolloin hän ei ole yhtä altis ulkonäköihanteille, joita media välittää. Tärkein nuoren itsetuntoa suojaava tekijä on positiivinen minäkuva ja ruumiinkuva omasta vartalostaan. (Laakso 2013. 63.)

3 ITSETUNNON VAHVISTAMINEN

Yksi nuoren vaativimmista tehtävistä on itsensä tunteminen. Se tarkoittaa omaa ymmärrystä itsestä. Itsetuntemus on perusta, jolle nuori minäkuvansa rakentaa. Itsensä tunteminen ja itsetunto ovat toisistaan erillisiä, mutta kävelevät käsi kädessä koko elämän ajan. Molemmat ovat perusta hyvälle elämälle. Itsensä tunteminen mahdollistaa omien vahvuuksien ja heikkouksien, paheiden ja hyveiden sekä arvojen, tunteiden ja tapojen tunnistamisen. Kun nuori tunnistaa itsessä näitä asioita, vahvistaa se hänen itsetuntoaan ja ymmärrystä oman itsensä merkityksestä. (Toivakka & Maasola 2012. 19.)

Itsetuntemusta oppii huomaamattaan erilaisissa vuorovaikutustilanteissa. Perheen, kouluyhteisön ja ystävien verkostossa itsestään oppii erilaisia asioita. Silti joistain asioista, kuten omista tunteista, saattaa olla vaikea puhua. Tunteiden tunnistaminen on kuitenkin tärkeä itsetuntemuksen vahvistamisen työkalu. Kaikki tunteet tulee sallia, muttei niihin saa eikä tarvitse aina lähteä mukaan. Kaikkien tunteiden hyväksyminen on tärkeää ja opettelemalla oppii niitä myös käsittelemään. Itsetuntemusta ja itsetuntoa voi vahvistaa ja tähän liittyviä taitoja opetella. Vahvistaminen on pitkäjänteinen ja monimutkainen prosessi, jota kukaan ei voi yksin käydä läpi. Nuori tarvitsee tähän tukea kanssaihmisiltään, kuten perheeltä ja ystäviltä. Tämä koko elämän mittainen taival vaatii paljon myös nuorelta itseltään. Välittäminen, hyväksyntä, huomion osoittaminen, rakentavan ja kannustavan palautteen saaminen antaa avaimet, jolloin nuoren ei tarvitse työstää asiaa yksin ja kokee tulleen hyväksytyksi. Itsetuntemuksen oppiminen vaatii myös tietoista opettelua. Kun nuori alkaa tunnistaa itselle ominaisia reagoititapoja tietynlaisissa tilanteissa, itsetuntemus kasvaa. Itsetuntemuksen kasvaessa myös itsetunto vahvistuu. (Toivakka & Maasola 2012. 17, 25-27.)

Itsetuntemuksen vahvistamisessa myös itsetutkiskelu on tärkeässä roolissa. Aika ajoin pysähtyminen ja omien oppimiskokemustensa sekä tapahtumien läpikäymistä kutsutaan itsetutkiskeluksi. Tähän liittyy vahvasti myös kysymykset: millainen olen nyt? Ovatko kokemani ja oppimani muuttaneet minua? Mitä tunnen,

ajattelen ja koen? Olenko ajatuksissani menneessä, tulevaisuudessa vai nykyhetkessä? Mieleen perehtyminen, ajatusten, tunteiden ja muistojen tutkiskelu vahvistavat itsetuntemusta. Tällä tavoin opimme itsestämme ja mielemme toiminnasta. Itsetutkiskelu vaatii hiljentymistä, mielen ja kehon välisen viestinnän havaitsemista. (Toivakka & Maasola 2012. 28.) Itsetunnon vahvistamisessa suuressa roolissa on myös se, miten nuori itsestä ajattelee. Mikäli nuori ajattelee jatkuvasti, ettei pysty tai kykene, osaa tai tiedä, vaikuttaa se nuoren itsetuntoon negatiivisesti. Itsemyötätunnon opetteleminen auttaa näiden ajatusten kääntämisessä negatiivisesta positiiviseksi. Itsemyötätunto tarkoittaa myötätuntoa itseään kohtaan. Se, miten suhtautuu omiin heikkouksiinsa, voi laskea tai nostaa itsetuntoa. Jatkuva itsensä moittiminen vaikuttaa itsetuntoon suoraan. Jos nuori kykenee antamaan itselle anteeksi ja kääntämään heikkouden vahvuudeksi itsemyötätunnon avulla, nostaa se itsetuntoa. (Suomen mielenterveysseura 2017.)

Itsemyötätuntoa voi harjoittaa esimerkiksi listaamalla itsestä asioita, joissa nuori kokee olevansa hyvä ja mitkä piirteet vaativat vielä kehitystä. Kun lista on valmis, on aika ajatella, kuuluvatko kehitystä vaativat piirteet välttämättä juuri tähän kategoriaan vai voisivatko ne toimia jo hyväksi koetuissa piirteissä. Hyvänä esimerkkinä toimii arkuus, joka usein luonnehditaan negatiiviseksi. Voisiko tämä piirre vastata joissain tilanteissa hienotunteisuutta? Nuoren tulisi haastaa itsensä miettimään piirteitään ja kyseenalaistamaan negatiiviset ajatuksensa. Tällaisessa tehtävässä tarvitaan itsemyötätuntoa ja se kehittyy juuri kyseenalaistamalla. (Suomen mielenterveysseura 2017.)

4 MEDIA JA MAINONTA NUORTEN MAAILMASSA

Yhteiskunnassa median merkitys kasvaa jatkuvasti. Samalla kasvavat hyödyt sekä pelot sen haitoista. Nuorten ongelmakäyttäytymisen lisääntymisestä, sen syistä ja seurauksista, on helppo syyttää muun ohella myös mediaa. Tähän on ajateltu vaikuttavan esimerkiksi väkivaltainen ja seksuaalisisältöinen mediasisältö. Mediasisällöt kuuluvat niin itse mediaan kuin mainontaankin. (Salokoski & Mustonen. 2007. 15-17.)

Mainonnan perustana on asiakkaiden tarpeiden tunnistus ja ilman tätä ei yrityksellä käytännössä ole menestymismahdollisuutta. Mainonta käsitteenä tarkoittaa tapahtumaketjua, jossa kohderyhmän tarpeet määritellään ja viestintään tukeutuen toimitetaan asiakkaan tarpeita tyydyttäviä hyödykkeitä. Mainonta voidaan jakaa sisäiseen- ja ulkoiseen markkinointiin ja nimenomaan ulkoisen markkinoinnin tavoitteena on luoda asiakkaalle mielikuva, joka saa hänet ostamaan juuri kyseessä olevan tuotteen. Kun puhutaan mielikuvasta, tarkoitetaan sillä summaa, mikä rakentuu ihmisen kokemuksesta, tiedosta, asenteista, uskomuksista sekä tunteista. (Rope 1987. 124.)

Medialla ja mainonnalla on vaikutusta ihmisen elämään monella tapaa. Yksi näistä on ihmisen tapa havaita todellisuutta sekä omaa toimintaansa. Vaikutukset elämään voivat olla suoria tai epäsuoria, tahattomia tai tahallisia. Suorissa vaikutuksissa mediasisältö vaikuttaa suoraan yksilön tietoisuuteen, asenteisiin ja käyttäytymiseen. Useiden muuttujien vuorovaikutuksesta keskenään syntyvät epäsuorat vaikutukset ihmisen asenteisiin ja käyttäytymiseen. Tahallista vaikuttamista ovat esimerkiksi mainostaminen, poliittinen vaikuttaminen ja varsinkin nuorten kohdalla erilaiset valistukset, kuten seksuaalivalistus. (Salokoski & Mustonen. 2007. 15-17.)

Nykylapset syntyvät keskelle vahvasti kehittynyttä mediavälitteistä todellisuutta. He käyttävät tottuneesti internettiä tai pelaavat pelejä. He ovat kasvaneet aikana, jolloin omasta kehosta on tullut kuva. (Vänskä 2012. 12.) Weissenfelt ja Huovinen (2015) tutkivat nuorten mediankäyttöä internetissä teetetyllä kyselytutkimuksella

(n=2680). Tutkimuksen mukaan keskivertonuori käyttää mediaa 13-17 tuntia vuorokaudessa. Nuorten mediakulttuuria tutkitaan jatkuvasti ja uutta tietoa saadaan koko ajan, kokonaiskäsityksen saaminen on kuitenkin hankalaa. (Weisswnfelt & Huovinen 2015.)

Nyky-yhteiskunnassa oppiminenkin on siirtynyt jo osittain mediaan. Oppimisympäristönä mediaa voidaan käyttää mediavälineestä riippumatta ja siellä tapahtuvaa merkityksellistä oppimista kutsutaan medialähtöiseksi oppimiseksi. Tällainen oppiminen voi liittyä erilaisiin sisältöihin, kuten tietoon, taitoon ja uskomukseen. Mediasta opitaan sekä asiapohjaista tietoa että tietoteknisiä taitojakin. Tietotekniset taidot kehittyvät jo pelkästään sillä, että nuori käyttää mediaa sisältäviä teknisiä välineitä. Arvot, normit ja stereotypiat media välittää sosiaalisen oppimisympäristön kautta. (Nyysölä 2008. 46-62.)

Nuorten mediakäyttäytymisestä puhuttaessa nuorten mediasuhteiden yksilöllisyys ja omannäköisyys unohtuu ja keskustelu jää helposti yhdenlaiseksi. Kukaan nuori ei ole samanlainen kuin toinen mediasuhteen osalta. Nuoren suhde mediaan sekä mediataidot kehittyvät koko elämän ajan. Se, mihin mediaa käytetään, mediassa esiintyvät trendit sekä suosituimmat mediatuotteet vaihtelevat sekä sukupolvien välillä että niiden sisällä. Vaikka suurin osa nuorista käyttää mediaa jokapäiväisessä elämässä luontevasti, löytyy vielä niitä, joiden kohdalla näin ei ole. (Salokoski & Mustonen 2007. 13-14.)

Mediakasvatus tarkoittaa mediataitojen lisäämistä tavoitteellisesti. Sen ansiosta nuorista kasvaa osallistuvia, itseään ilmaisevia sekä kriittisiä kansalaisia. Mediataidoista puhuttaessa tarkoitetaan taitoa tulkita, suodattaa ja arvioida mediasisältöjä sekä median ilmaisutapoja. Se kasvattaa nuoren kykyä käyttää mediaa itseilmaisuuksiin sekä lisää mediateknologian käyttötaitoja. Mediataitoihin luetaan myös tietoisuus omasta mediaympäristöstä ja sen tuotannon taustoista sekä esitystavoista ja niiden tulkinnan taidoista. Nyky-maailmassa on noussut uusia medioita, joihin liitetään erilaisia lukutaitoja. Näitä lukutaitoja ovat muun muassa tietokone-lukutaito, pelilukutaito, brändilukutaito sekä visuaalinen lukutaito. (Salokoski & Mustonen 2007. 111.)

Nyky-aikaisen mediamaailman keskellä nuori tarvitsee monipuolista medialukutaitoa. Nuorten maailma on laajentunut läheisistä ja ystävistä sekä elävien ihmisten keskeisestä vuorovaikutuksesta yhä enemmän elektroniseen vuorovaikutukseen. Tämä vuorovaikutus voi kuitenkin jäädä merkityksettömäksi, mikäli nuori ei osaa hyödyntää sitä oikealla tavalla. Mediakasvatus ei ole vain yksittäinen tapahtuma, vaan prosessi, joka kestää koko eliniän. Tämän vuoksi on tärkeää, että mediakasvatus toteutetaan yhdessä kaikkien kasvatustoimijoiden kesken, niin koulussa kuin kotonakin. (Liukko & Kangassalo 1998. 11.) Mediakasvatus on tuotu peruskoulujen opetussuunnitelmaan vuonna 2004. Sitä toteutetaan sekä äidinkielen ja kirjallisuuden että kuvataiteen oppiaineissa. Viestintä- ja mediataitojen tavoitteena on kehittää ilmaisu- ja vuorovaikutustaitoja, edistää median aseman sekä merkityksen ymmärtämistä ja kehittää median käyttötaitoja. (Salokoski & Mustonen 2007. 110-112.)

Nuoret kokevat median ja mediakasvatuksen mieluisina oppimis- ja valistusmuotoina. Pitkäkestoinen mediakasvatus muuttaa ajattelutapoja. Se vaikuttaa nuorten minäkuvan paranemiseen sekä nuorten kykyyn vastustaa median välittämä kauneusihanteita. Myös nuorten ymmärrys ihmiskehon moninaisuudesta sekä kyky kyseenalaistaa median välittämiä kauneusihanteita kasvaa. (Salokoski & Mustonen 2007. 111-112, 117-118.)

Kuluttaja tarkastelee mainontaa ja luo sille merkityksen nykyisen yhteiskunnan mukaan. Mainonnassa ei kuvata todellisuutta sellaisena kuin se on, vaan liioitellaan sitä. Mainonnassa esitettyjä asioita ei voi noin vain kutsua eettiseksi tai epäeettiseksi. Epäeettisyys perustuu aikaisemmin havaittuihin seurauksiin. (Pakarinen & Tala 2009. 7.)

Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 kieltää hyvän tavan vastaisen markkinoinnin ja markkinoinnin alaikäisille suunnattuna tai alaikäiset yleisesti tavoittavana erityisesti, jos siinä käytetään hyväksi alaikäisen kokemattomuutta tai herkkäisuutta, jos se on omiaan vaikuttamaan haitallisesti alaikäisen tasapainoiseen kehitykseen. Tai jos siinä pyritään sivuuttamaan vanhempien mahdollisuus toimia täysipainoisesti lapsensa kasvattajina. Hyvän tavan vastaisuutta arvioitaessa

otetaan huomioon markkinoinnin yleisesti tavoittamien alaikäisten ikä ja kehitystaso sekä muut olosuhteet. (Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38.)

Hyvän tavan vastaista markkinointia valvoo keskuskauppakamarin mainonnan eettinen neuvosto (MEN). Se antaa lausuntoja siitä, toteutuvatko kansainväliset pelisäännöt ja niihin rinnastettavat säännöt mainonnassa. Neuvosto pyrkii myös kehittämään mainonnan eettisiä periaatteita. Siihen, onko mainonta lain vastaista, ei MEN ota kantaa. Mainonnan kysymyksiä käsittelevät järjestöt, viranomaiset, elinkeinonharjoittajat sekä kuluttajat, voivat pyytää lausuntoja mainonnasta neuvostolta. Mikäli neuvosto ottaa omasta aloitteestaan asian käsiteltäväksi, on siihen oltava hyvä syy. MEN päättää käsiteltävistä asioistaan itse. Ne asiat, joilla on yleistä merkitystä, otetaan MEN:in käsittelyyn. (Keskuskauppakamari 2014.)

Mainoksista valittiin ennätysmäärä vuonna 2015. Valituksia tuli koko vuoden aikana 126 kappaletta, joista huomautuksen saivat 21 kappaletta. Seitsemän mainosta sai huomautuksen, koska mainoksen sisältö oli lapsille sopimatonta. (Keskuskauppakamari 2016.)

Mainonnassa herätetään ihmisen tarpeita mielikuvin ja tarjotaan tuotteita sekä palveluita niiden tyydyttämiseen. Tarpeiden tyydyttäminen alkaa jo lapsena. Tällöin tärkeimpinä asioina on säännöllinen ravinnon saanti ja elämänrytmi. Sosiaalistuminen, eli oma perhe ja ystävät, nousevat vähitellen etusijalle. Jokainen haluaa tulla kohdelluksi yksilönä ja hallita omaa elämäänsä sekä ympäristöään. Ihmisen sosiaalisia tarpeita, ystävien hankintaa tai epäsuosioon joutumista, käytetään markkinoinnissa hyödyksi monella tavalla. Esimerkiksi yhteenkuuluvuuden tunne saavutetaan, kun tuotteita nautitaan tai kulutetaan yhdessä. Arvostusta hankitaan ostamalla tietyn merkin tuote, jolle yritys on luonut statussymbolin markkinoinnin avulla. (Korkeamäki yms. 2000. 98-100.)

Nuorista on tullut merkittävä asiakasryhmä. Nykyisin heillä on suhteessa paljon rahaa käytettävänä ja he voivat ostaa kalliitakin kulutushyödykkeitä. (Rissanen 1989. 283-284.) Mainonta vaikuttaa nuoriin tunnepohjalta, luoden mielikuvia tuot-

teiden tarpeellisuudesta. Vaikka nuori ostopäätöstä tehdessään tiedostaisikin kulutuksen lisäämisen, hän ottaa vastaan markkinoinnin luoman illuusion ostotarpeesta. Nykyinen kuvallinen kulttuuri sekä visuaalinen mainonta aktivoivat haluja uusista kulutustuotteista. (Boström 2011. 12.)

Suurin osa mainonnasta suunnataan nuoriin ja nykyisin nuoruus myy. Nuoren epävarmuutta ja vielä vakiintumatonta itsetuntoa ja identiteettiä käytetään mainonnassa hyväksi. Nuoren on vaikea vastustaa mahdollisuutta olla samanlainen kuin muut. Nuoren odotetaan lakkaavan olemasta lapsi paljon varhaisemmassa vaiheessa kuin aikaisemmin. Tästä johtuen nuori kiinnittää ulkonäköönsä huomiota yhä aikaisemmin. Ulkonäön avulla nuori näyttää muille, mihin hän kuuluu. Se symboloi myös sitä, millainen nuori on. (Jarasto & Sinervo 1999. 79-80.)

Kehon huoltoa kuvaavat mainokset tv:ssä, kuvataan usein käyttäen nuorta naista esiintyjänä. Tämä merkitsee nyky-yhteiskunnan ajatusta siitä, että naisen arvo määräytyy ruumiin pinnan mukaan. (Sarpavaara 2004. 144.) Tämä johtaa siihen, että nuoruudessa tärkeimpinä asioina olisivat hyvä ulkonäkö ja urheilullisuus. Nuori joutuukin kasvamaan aikuiseksi valtavien paineiden ja omien odotustensa kanssa, mikä aiheuttaa usein riittämättömyyden tunnetta. (Martikainen 2007. 10-11.) Yhteiskunta ohjaa nuoren toimintaa ja painostaa jokaista yhdenmukaisuuteen. Nuori on kriittinen itseään kohtaan oman vartalon muuttuessa, eikä median luomat ulkonäköpaineet helpota prosessia muuttuvan ulkonäön hyväksymisessä. (MLL 2010. 10-12.)

Itsetunto ei synny hetkessä, vaan se kehittyy koko elämän ajan. Nuoruus on itsetunnon kehittymisessä herkkää aikaa. (Pontevedra 2007. 8-11, 20-22.) Nuoruudessa tapahtuvat biologinen kehitys ja fyysinen kasvu muuttavat nuoren suhdetta itseensä. Muuttuvan ulkonäön vertaaminen toisten ulkonäköön tai mediassa näkyviin täydellisiin vartaloihin voi horjuttaa nuoren itsetuntoa. (Martikainen 2007. 13-15.)

Tiedotusvälineet antavat kuvan, olemassa olevasta moitteettomasta ja ehdottoman kauniista vartalosta. Oikea kauneus on kuitenkin aivan muuta. Kauneus on positiivista säteilyä ja oman itsensä mukaan elämistä. Oikea elämänasenne ja

ennen kaikkea terve itsetunto ovat vahvasti liitettynä tällaiseen kauneuteen.
(Springer 2003.)

5 MEDIAN JA MAINONNAN VAIKUTUS NUOREEN

Keskustelu median vaikutuksista on syntynyt siitä, kuinka vahvasti se vaikuttaa nuorten arkeen. Mielipiteet mediasta nuorten arjessa ovat sekä puoltavia että vastustavia. Vaikka media sisältää suuria riskejä, esimerkiksi väkivaltaisen mediasisällön myötä, osa uskoo nuorten pystyvän tulkitsemaan mediasisältöjä kriittisesti. Median vaikutuksia ei kuitenkaan missään tilanteessa tule vähätellä, vaan kokonaisvaltaisesti tutkia ja arvioida. (Nyysölä 2008. 144-145.)

Media vaikuttaa nuoren toimintaan ja hänen tapansa havaita todellisuutta. Tällä voi olla niin suoria kuin epäsuoriakin vaikutuksia. Suorassa vaikutuksessa muut-
tuja tai muuttujat vaikuttavat yksilön tietoisuuteen, asenteisiin tai käyttäytymi-
seen. Epäsuorassa vaikutuksessa useat muuttujat vuorovaikuttavat keskenään,
jolloin useampi tekijä voi vaikuttaa yksilön asenteisiin tai käyttäytymiseen. (Rahja
2013. 3, 16.)

Nuorten ajatukset median vaikutuksesta vaihtelevat ääripäästä toiseen. Osa ko-
kee, että media ei vaikuta heidän ajatuksiinsa ulkonäöstä tai siitä millainen sen
tulisi olla. Toiset taas ajattelevat median vaikuttavan suuresti heidän ajatuksiinsa.
(Inkinen 2010. 51-52.) Median vaikutukset ovat yksilöllisiä ja usein myös ohime-
neviä. Silti vaikutuksia ei tule vähätellä. Lähes mikä tahansa mediasisältö voi ai-
heuttaa jonkin asteisia ongelmia joillekin sen käyttäjistä. Media on yksilöllisesti
tulkittavaa ja siksi toiselle ongelmia aiheuttava sisältö voi olla toiselle suorastaan
terapeuttista. Median tulkintaan vaikuttavat yksilölliset tekijät, kuten persoonalli-
suus, kasvatus sekä aikaisemmat kokemukset. Median vaikutukset syntyvät yk-
silön, mediasisällön ja tilanteen monimutkaisena summana. Erilaisten vaikutus-
ten ennustaminen edellyttää tekijöiden tunnistamista sekä analysointia. (Salo-
koski & Mustonen 2007. 13-14.)

Nuorilla tytöillä oman ulkonäön käsitykseen vaikuttavat eniten ystävät, mutta me-
dialla on toiseksi suurin osuus tämän käsityksen luomisessa. (Rahja 2013. 3, 16.)
Median välittämät mainoskuvat ovat harvoin todellisuutta. Kuvat otetaan tarkkaa
suunnitelmaa noudattaen ja niiden tavoitteena on, että kuluttaja tulkitsee kuvan

juuri niin kuin mainostajat ovat sen suunnitelleet. Nuoret kuvittelevat tiedostamattaan, että mainoskuvien maailma on todellinen. Tällainen harha on kuitenkin nuorille vahingollista. Julkisuuden henkilö voi olla idoli nuorelle hänen elämässään. Nuori voi helposti kuvitella, että kyseessä oleva idoli on omassa, normaalissa elämässään yhtä hehkeä kuin mainoskuviissa. Näin ei kuitenkaan ole. Mediassa ja mainonnassa käytettävä kuvankäsittely on keino korostaa esimerkiksi myytävän tuotteen ominaisuuksia ja ylivoimaisuutta. Kuvankäsittelyn jäljen erottaminen kuvissa voi olla nuorelle hankalaa. (Boström 2011. 14-17.) Nuoret tiedostavat kuvankäsittelyn käytön median kuvissa ja kokevat sen negatiivisena. Tästä huolimatta omaa vartaloa verrataan mediassa näkyviin ulkonäköihanteisiin. (Rahja 2013. 3, 16.)

Teini-iässä nuori kohtaa niin fyysisiä- kuin tunne-elämänkin muutoksia sekä epävarmuutta omasta kehosta. Media luo ihanteita, jotka eivät aina ole nuoren kehityksen kannalta suotuisia. Epärealistiset roolimallit ja ylivoimaiset minä-ihanteet mediassa, ovat nuorelle vertailukohtia eikä niiden saavuttaminen todellisessa elämässä ole realistista. Kun nuoret tytöt taistelevat murrosiän tuomien muutosten kanssa, media tuo esille toinen toistaan laihempia, täydellisen vartalon ja hiukset omaavia malleja esikuviksi ja kauneusihanteiksi. Nämä täydelliset vartalot ovat kuitenkin pelkkää markkinointistrategiaa. Naisen kehoa käytetään hyväksi markkinoinnissa, jossa täydellisen vartalon mielikuva voi vaikuttaa naisen riittämättömyyden, eristäytyneisyyden sekä itseinhon syntymiseen. Näin käy erityisesti nuorilla herkkyyden ja epävarmuuden vuoksi. Itsensä vertaaminen näihin median luomiin kauneusihanteisiin, luo paineita nuorille. (Mediakasvatusseura 2007, 58.)

Median luoman ulkoisen kauneuden ihanteet ovat usein niin pinnalla, ettei sisäisestä kauneudesta kuulla puhuttavan. Nuoret tiedostavat sisäisen kauneuden tärkeyden, mutta kokevat, ettei sillä nykypäivänä tunnu juuri olevan merkitystä. Median välittämät kuvat tulevat vastaan jokapäiväisessä elämässä, joka johtaa siihen, että ulkonäöstä puhutaan jatkuvasti enemmän. Aikaisemmin jatkuva ulkonäön ruotiminen koettiin pinnallisena. On ajateltu, että maailmassa on jotain tär-

keämpää kuin ulkonäkö. Nykyisin ulkonäkö tulee jossain muodossa vastaan jatkuvasti, ja omasta ruumiista onkin tullut erillinen projekti, jossa sitä käytetään osoittamaan elämäntapaa ja kyvykkyyttä. (Puuronen & Välimaa 2001. 92.)

Nuoren itsetunto vaikuttaa median välittämien kauneusihanteiden sisäistämiseen. Mikäli nuorelle on kehittynyt hyvä itsetunto, hän käyttää mediaa sen vahvistamiseen. Heikon itsetunnon omaava nuori sisäistää median välittämiä kuvia helpommin. Tämä johtaa nuoren ulkonäköpaineisiin ja vielä edelleen heikompaan itsetuntoon. Tämän lisäksi heikko itsetunto vaikuttaa siihen, että nuori sisäistää median välittämiä kauneusihanteita helpommin, jolloin tällä on taas vaikutusta heikkenevään itsetuntoon. (Laakso 2013. 47-52.)

Medialla on myös suuri vaikutus nuoren minäkuvan rakentamisessa, aivan kuin itsetunnonkin kohdalla. Sisäistäessään median välittämiä kauneusihanteita nuoren käsitys omasta minäkuvasta heikkenee. Ja, mitä heikommin nuori oman minäkuvansa kokee, sitä voimakkaammin media tähän vaikuttaa. Sillä, kuinka paljon nuori vertaa itseään median välittämiin ihannevartaloihin, on yhteys nuoren negatiiviseen minäkuvaan. (Laakso 2013. 47-52.)

Nuoren itsetuntoon ja minäkuvaan vaikuttaa myös jatkuvasti kasvussa oleva verkkokiusaaminen. Käsitteenä verkkokiusaaminen on vielä melko uusi, koska internet on yleistynyt lähivuosina huomattavasti, ja on nuorten ulottuvilla nykypäivänä jatkuvasti. Verkkokiusaamisella tarkoitetaan sähköpostin, sosiaalisen median ja puhelimen välityksellä tapahtuvaa loukkaavaa ja vahingollista käytöstä. Myös toista loukkaavan materiaalin levittäminen internetissä luetaan verkkokiusaamiseksi. Verkkokiusaamista ja sen vaikutuksia pidetään jopa perinteistä, kasvokkain tapahtuvaa kiusaamista vakavampana, koska se on nopeasti leviävää, pitkään vaikuttavaa ja se voi tapahtua salassa. Verkkokiusaamiselle on löydetty seitsemän eri muotoa. Näitä ovat vihamielinen kommentointi, häirintä, mustamaalaaminen, toiseksi henkilöksi tekeytyminen, paljastaminen, poissulkeminen ja verkkovainoaminen. (Nieminen & Pörhölä 2011.)

Median luomat kauneusihanteet vaikuttavat siihen, millaisia nuoret haluavat olla ja mitä he tavoittelevat. Jos nuori on erilainen kuin muut, ulkonäöllisesti tai käytökseltään, on tämä helposti altis kiusatuksi joutumiselle. Nuoret kokevat sanan tavallinen positiivisena ja jos joku poikkeaa tästä normista, on hän helppo kohde kiusaajille. Tällaisessa tilanteessa nuori on uskaltanut toimia tai pukeutua persoonallisesti mutta kiusauksen myötä oma itsetunto voi heikentyä ja nuori kadottaa osan omaa identiteettiään. (Hamarus 2006.134.)

Verkossa tapahtuvan kiusaamisen vaikutukset voivat olla jopa perinteistä kiusaamista voimakkaampia, koska kiusaamista seuraava yleisö voi olla niin laaja ja tuntematon. Kiusaajan henkilöllisyys voi olla uhrille tuntematon, mikä vaikuttanee myös kiusaamisen vaikutuksiin. Kiusaaminen voi aiheuttaa itsetunnon ja minäkuuvan heikkenemistä, ahdistuneisuutta, masentuneisuutta, syömishäiriöitä ja itsetuhoisia ajatuksia tai tekoja. Seurauksena voi ilmetä myös fyysisiä oireita, kuten kiputiloja ja nukkumisen häiriöitä. (Nieminen & Pörhölä 2011. MLL 2011.)

Hyväksytyksi itsensä kokeminen ja ystävyysuhteet ovat nuorille tärkeitä. Tästä johtuen useat nettikiusatuksi tulleet kertoivat kiusaamisesta ainoastaan ystäville. Suurin osa ei kerro asiasta kenellekään. Tyttöjen kohdalla varsinkin ystävien merkitys ja sosiaalisen tuen hakeminen korostuvat. Samalla tytöt syyttävät kuitenkin itseään kiusaamisesta. Internetissä kiusatuksi tulleet eivät koe esimerkiksi kouluhenkilökunnan pystyvän puuttumaan kiusaamiseen. Tästä syystä heille ei kerrota verkkokiusaamisesta. Myöskään vanhemmille ei asiasta mainita, koska nuoret pelkäävät internetin käytön rajoitusta. Toisaalta älypuhelimien myötä netin käytön rajoitus on muuttunut lähes mahdottomaksi. Tästä syystä tulevaisuudessa virtuaalitodellisuuden ja aidon elämän raja hämärtyy. Nuoret turvautuvat internetin maailmaan yhä enemmän ja myös ongelmia kohdatessaan. (Nieminen & Pörhönen 2011.)

6 TERVEYDEN EDISTÄMINEN VERKKOSIVUJEN AVULLA

Terveyden edistäminen on yksilön tai yhteisön vaikutusmahdollisuuksien lisäämistä oman terveytensä määrittäjiin ja siten terveytensä kohentamiseen. Se on tavoitteellista sekä välineellistä toimintaa, joka tähtää hyvinvoinnin aikaansaantiin sekä sairauksien ehkäisyyn. Terveyden edistäminen käsittää sosiaalisia, taloudellisia, ympäristöllisiä sekä yksilöllisiä tekijöitä, jotka edistävät terveyttä. (THL 2015.)

Nuorten kohdalla terveyden edistämisen perustana on kasvun, kehityksen ja voimavarojen tukeminen. Varhainen puuttuminen ongelmakohtiin on keskeinen tavoite nuorten terveyden edistämisessä ja siihen on hyvä kiinnittää ylimääräistä huomiota, koska perusta terveydelle luodaan jo nuorena. Varhain muodostuvat tottumukset oman terveyden ja hyvinvoinnin ylläpitämiseksi vaikuttavat eliniän ajan. Nuoret ovat jo kyllin vanhoja ajattelemaan valintojen vaikutuksia omaan terveyteensä. Silti vanhemmilla, opettajilla, vapaa-ajan harrastusten ohjaajilla ja muilla nuoren elämässä olevilla henkilöillä on vaikutusta näihin valintoihin. Mikäli nuoren elämässä toimivat aikuiset kannustavat nuorta terveellisiin valintoihin, voi se edesauttaa terveellisen elämäntavan omaksumiseen. Terveyskasvatus on osa terveyden edistämistä. (Sosiaali- ja terveysministeriö 2006a. 3, 21. Sosiaali- ja terveysministeriö 2006b. 16, 64. Sosiaali- ja terveysministeriö & Stakes 2002. 12.)

Terveyden edistämisen ja terveyskasvatuksen väylänä internet toimii nuorten kohdalla. Nuoret käyttävät tietokoneen ääressä yhä enemmän aikaa. (Pääkkönen 2014.) Weissenfeltin ja Huovisen vuonna 2015 internetissä nuorille (n=2618) teettämän kyselytutkimuksen mukaan 13-17vuotiaista vastaajista 18% käyttää internettiä jopa 10-14 tuntia viikossa. (Weissenfelt & Huovinen 2015.) Osa nuorista voidaankin lukea jo tietokoneiden suurkuluttajiksi. Aika, jonka nuori viettää

tietokoneen ääressä, on pois opiskelusta, liikunnasta ja perinteisestä kirjojen lukemisesta. Tietokoneiden, internetin ja matkapuhelinten yleistyminen onkin mulistanut nuorten ajankäytön. (Pääkkönen 2014.)

Internet välineenä tarkoittaa sitä, että se toimii yksinkertaisesti tiedon välittäjänä. Se toimiikin tässä tehokkaasti. Internetin välittämä tieto pohjautuu pääsääntöisesti kirjoitukseen ja tekstipohjaisuuteen. Tässä piilee kuitenkin myös haaste. Kirjoituksen voi tulkita lähes yhtä monella tapaa kuin sillä on lukijoitakin. Tämän vuoksi tekstin lukeminen internetistä vaatiikin uusia taitoja ja ymmärrystä kyseisestä välineestä. (Matikainen 2008. 25.)

Internetistä löytyvä medialähtöinen tieto on monitasoista. Se voidaan järjestää karkeasti neljään teemaan. Ensimmäisenä yleinen tieto, joka on uutispohjaista informaatiota. Tämä päivittyy jatkuvasti arjen tietopohjasta. Toisena käytännöllinen tieto, joka koostuu vinkeistä ja toimintatavoista. Emotionaalinen tieto on kolmantena ja se perustuu ihmisten väliseen vuorovaikutukseen. Neljäs teema on mediatieto, johon luetaan se tieto, jonka nuori oppii mediasta itsestään eri mediasisältöjen kautta. Terveystiedon edistäminen voi kuulua kolmeen ensimmäiseen teemaan. (Nyysölä 2008. 101-102.)

Terveystiedon ja sen edistämiseen internetistä löytyvä tieto on nuorille tarpeellista ja haluttavaa, koska heillä on vaikeuksia saavuttaa perinteistä terveystiedon hankintaa. Tähän vaikeuteen vaikuttaa esimerkiksi haluttomuus keskustella kasvokkain terveystiedon hankintaa ammattihenkilön kanssa. Kynnys kasvokkain tapahtuvaan keskusteluun voi olla nuorelle suuri, kun taas internet on helpompi lähestymistapa. Internet voikin siis toimia täydentävänä väylänä perinteisten terveystiedon hankintapalveluiden ohessa. Nuorille internet on merkittävä väylä terveystiedon haussa, koska se on helposti ja koko ajan saatavilla. Nuoret kokevat luotettaviksi lähteiksi ne verkkosivut, joissa esiintyy esimerkiksi jokin tunnettu logo. Kaupalliset mainokset verkkosivuilla voivat laskea nuorten luottoa kyseiseen lähteeseen. Nuoret luottavat selkeästi rakennettuihin verkkosivuihin, joiden selaaminen on helppoa. Liialliset määrät erilaisia linkkejä ja navigointimahdollisuuksia voivat hämmentää nuorta. Tärkeää on myös tieto siitä, onko asiasisältö kenen tahansa muokattavissa vai tunnetun ja luotettavan lähteen kirjoittamaa. (Bergström-Lehtovirta 2008. 2, 5-6.)

Verkkosivut toimivat digitaalisen informaation lähteenä, jossa välitetään tietoa. Tiedon välittäminen digitaalisesti verkkosivujen kautta on helppoa ja nopeaa sekä edullista. Näiden lisäksi verkkosivujen tieto on helposti tallennettavissa ja kopioitavissa. Tietoa verkkosivuilla voi lukea ympäri maailmaa ja näin hyödyntää monipuolisesti. Monipuolista on myös digitaalisen median peruselementit. Näitä ovat teksti, valokuva, grafiikka, video, animaatio, äänitehosteet sekä musiikki. Näillä elementeillä verkkosivuista saadaan kohderyhmälle muokatut ja houkuttelevat. (Keränen ym. 2005. 2-5.)

Internet-sivujen suunnittelu on tärkein osa niiden kokoamista. Viestintä internetin välityksellä on inhimillistä ja onnistuneen viestinnän perustana on selkeä näkemys siitä, mitä sivuilla halutaan viestiä. Viestinnässä tarvitaan kaksi osapuolta, viestin lähettäjä ja vastaanottaja, jotta viestikanavana toimivat verkkosivut pääsevät tavoitteeseensa. Ongelmana kirjoitetussa informaatioissa voi olla tekstin väärä tulkitseminen. Tämän vuoksi kirjoittajan on kirjoitettava teksti niin, että se olisi mahdollisimman yksiselitteinen, yksinkertainen ja selkeä. Viestin sisältöä ja tarkoitusta ei saa unohtaa missään kirjoittamisen vaiheessa. Niin verkkosivujen suunnittelu kuin kirjoitusvaiheessakin on tärkeä muistaa, kuka verkkosivujen kohderyhmänä toimii. Viesti muokataan niin, että se on juuri tälle kohderyhmälle so-piva. (Keränen ym. 2005, 11-14.)

Verkkosivujen julkaisuprosessi on monivaiheinen. Hyvä suunnitelma ja toteutus vaikuttavat lukijan kokemukseen sekä tekstisisällön ymmärtämiseen. Verkkojulkaisun kohderyhmä on yksi tärkeimmistä huomioon otettava asia tuotosta työstettäessä. (Hatva. 1998. 11. Keränen ym. 2005, 11-14.) Muita vaiheita prosessissa ovat visuaalisuuden suunnittelu, verkkosivujen kokoaminen ja testaus sekä julkaiseminen. Suunnittelun lähtökohtana toimii lukijan tarve sekä määritetty kohderyhmä. Verkkosivujen rakennetta on tärkeä suunnitella huolella. Tämä tarkoittaa verkkosivujen sisällön päättämistä. Rakennetta voidaan hyödyntää sivukartan suunnittelussa, eli siinä, millainen verkkosivujen navigointijärjestelmä on. Verkkosivujen ei tule olla liian monimutkaiset. Etusivulla tulisi olla asian ydin ja kaikki oleellinen tieto sekä linkit tärkeimpiin toimintoihin. (Keränen ym. 2005. 52-53.)

Verkkosivujen rakenne muodostuu navigointijärjestelmästä, painikkeista sekä muista toimintaa ohjaavista elementeistä. Sivuilla liikutaan navigointijärjestelmän avulla ja sen onkin tärkeää olla selkeä ja helppokäyttöinen. Usein navigointijärjestelmä sijoitetaan sivuston vasempaan laitaan, mutta se voi olla myös oikeassa laidassa tai sivun yläosassa. Pääasia kuitenkin on sen helppokäyttöisyys. Käyttöliittymän suunnitteluun liittyy olennaisesti myös visuaalisuuden suunnittelu. Ensimmäinen visuaalinen suunnittelu kannattaa tehdä esimerkiksi kuvankäsittelyohjelmalla. Visuaaliseen suunnitteluun kuuluu myös tekstin visuaalinen muoto, eli typografia. Tähän vaikuttavat kirjasinleikkaus, -koko sekä -tyyli. Teksti sekä kuvat ovat verkkosivujen peruselementit. Ne toimivat suurimpana informaation lähteenä. (Keränen ym. 2005. 53-58.)

Käyttäjän tarkkaavaisuuden ohjaus nostaa verkkosivuilta tärkeimmät asiat esille. Tähän vaikuttavat kursorien muutokset sekä värit. Näiden, ja sivun sommittelun avulla, voidaan vaikuttaa lukijan huomion kiinnittymiseen. Lukija tulisi myös ehdollistaa noudattamaan tiettyä katselusääntöä. Kun väreille annetaan tiettyjä merkityksiä, tietyt asiat löytyvät aina samasta paikasta ja verkkosivuilla on jo etusivulla huomattavissa jokin ymmärrettävä järjestelmä, helpottaa tämä lukijaa sivujen käytössä. Mielenkiinnon suuntaaminen, tiedon jäsentäminen sekä asioiden toistaminen parantavat lukijan tiedon sisäistämistä. (Hatva 1998. 16-19.)

Verkkosivujen tekstin on oltava selkeää ja siitä on saatava helposti selvää. Tekstin järjestys sekä jatkuvuus ja ennakoitavuus helpottavat lukemista. Informaation määrä on tärkeä pitää sopivana. Liiallinen tekstin määrä vaikuttaa lukijan tekstin sisäistämiseen ja tekee sivuista sottaisten näköiset. Kirjoitetun tekstin on ylitettävä erottuvuuskynnys, jotta se olisi helposti luettavissa. Tämä tarkoittaa sitä, että teksti erottuu taustastaan. Oikea kontrasti sekä kirjasinkoko ovat perusta erottuvuudelle. Liian suuri kontrasti kuitenkin väsyttää lukijan silmää ja ei ole paras mahdollinen valinta. Tekstin ja kuvien helppo tunnistaminen ovat avain selkeään ilmeeseen. (Hatva 1998.11-18.)

Verkkosivuilla käytetyillä väreillä on suuri merkitys. Ne itsessään voivat välittää erilaisia viestejä lukijalle. (Hatva 1998. 41-50.) Koska värit ovat suuri osa kokonaisuutta verkkosivuja tehtäessä, on tärkeä tietää mitä värejä kannattaa valita ja

miksi. Valintojen perustelu on tärkeää, jotta lopputulos toimii parhaalla mahdollisella tavalla. Valinnassa on otettava huomioon niin värien symboliikka, yhteys ja kohderyhmä. (Laine 2011. 7.) Väri toimii visuaalisuuden peruselementtinä ja onkin yksi erottuvuuden ja visuaalisen ilmeen työkalu. Eri väreillä on erilaisia merkityksiä ja ne toimivat mielenkiinnon herättäjänä. Väreillä on myös muita merkityksiä. Ne voivat vaikuttaa jopa verkkosivujen tekstisisältöön. Passiiviset värit ovat kylmiä ja lämpimät värit aggressiivisia. Passiivisina väreinä pidetään esimerkiksi sinistä ja vihreää. Keltainen ja punainen puolestaan toimivat aggressiivisina väreinä. Värejä luokitellaan myös keveisiin ja raskaisiin. Mitä vaaleampi väri on, sitä kevyempänä sitä pidetään. (Hatva 1998. 41-50.)

Harmaa koetaan vahvana ja kestäväänä värinä ja se toimii ihmisen näköä vasten parhaiten. Tämä luo kannustusta verkkosivujen sanomalle. Se tuo verkkosivuille myös tietynlaista eleganssia. Valkoinen edustaa länsimaisessa kulttuurissa muun muassa täydellisyyttä, joka onkin olennainen osa verkkosivujen sanomaa. Valkoinen toimii myös hyvin harmaan taustavärin kanssa. Yksityiskohdat verkkosivuilla ovat mustia. Musta on vahva väri, muttei ainoastaan negatiivisessa muodossa. Musta tuo vaikutelmia vallasta, mikä liittyy olennaisesti verkkosivujen sanomaan. Jokaisella on valta olla oma itsensä. Nuorekkuutta ja tietynlaista syvyyttä verkkosivuihin tuodaan sinisellä. Se kuvaa tyyneyttä, mielenrauhaa sekä tyytyväisyyttä. Sinisen sävyistä vaalean sävyt, kuvaavat rentoutta, iloisuutta ja positiivisuutta. (Laine 2011. 10-11, 21-22.)

7 PROJEKTIN TEHTÄVÄ JA TAVOITE

Opinnäytetyön tehtävänä oli tuottaa verkkosivut nuorille tytöille Terveysnetin Nuorisonettiin median vaikutuksista heidän käsityksiinsä tavoiteltavasta ulkonäöstä. Tavoitteena on lisätä nuorten tyttöjen kykyä tunnistaa median ja mainonnan vaikutus nuoren minäkuvan muodostumiseen.

8 PROJEKTIN TOTEUTTAMINEN JA TUOTOS

Nuoret peilaavat itseään median luomiin vertailukohtiin. Tämä peilaaminen ohjaa nuorta arvioimaan minän ja maailman suhdetta. Nuoren identiteetin saavuttaminen edellyttää tunteiden itsenäistymistä, joka johtaa ajatusten ennakointiin ja omien tunteiden erottamiseen toisten tunteista. Heikko identiteetti johtaa hajanaiseen käsitykseen itsestä, jolloin nuoren täytyy luottaa ulkoisiin lähteisiin itsensä arvioimisessa. Nuoren identiteetin ollessa heikko, vaikuttavat median välittämät ihanteet voimakkaammin. (Salokoski & Mustonen. 2007 23.)

Ajatus tähän opinnäytetyöhön on syntynyt median välittämistä mainoksista. Mainonnassa käytetään täydellisen vartalon omaavia malleja, vaikka esimerkiksi vaatteita on tarkoitus myydä aivan tavallisille ihmisille. Kysymyksen pohdinta ja median ulkonäkökeskeisyyden seuraaminen ovat johtaneet tämän opinnäytetyön aiheeseen.

Nuoria koskettava aihe on johtanut ideaan toteuttaa opinnäytetyö projektina, jonka tuotoksena ovat verkkosivut nuorille. Projekti tarkoittaa tehtäväkokonaisuutta, ei jatkuvaa toimintaa ja käsitteenä se tarkoittaa ehdotusta tai suunnitelmaa. Projekti on aina kertaluontoinen ja sen ominaisuuksiin kuuluu selkeä tavoite ja rajaus sekä aikataulu. Projekti on tapa hoitaa tehtäviä joustavammin ja tehokkaammin kuin muuten olisi mahdollista. Elinkaarensa projektin jakautuu eri vaiheisiin: perustamiseen, suunnitteluun, toteutukseen sekä arviointiin. (Ruuska 2006, 18 27-28.)

Projektin perustamisvaihe tarkoittaa toimeksiannon saamista ja projektin aiheen valintaa. Tällöin päätetään mitä tuotosta projektissa työstetään ja millaiset voimavarat se tarvitsee. (Ruuska 2006. 64.) Tämän opinnäytetyön perustamisvaiheessa aiheeksi syntynyttä ideaa työstettiin ja se muokattiin sopivaan muotoon. Toimeksianto tähän opinnäytetyöhön on saatu Salon terveyskeskukselta. Varsinaisen projektin suunnittelu aloitettiin pian idean syntymisen ja toimeksiannon saannin jälkeen. Tämä tarkoittaa siirtymistä perustamisvaiheesta suunnitteluvaiheeseen.

Suunnitteluvaiheessa aloitetaan projektin suunnittelu, jolle on annettava tarpeeksi aikaa. Tämä mahdollistaa projektin alustavan aihevalinnan ja sen rajauksen sekä projektisuunnitelman kirjoittamisen. Suunnittelu aloitetaan perustietojen keruulla sekä projektin alustavalla rajauksella. Perustietoihin kuuluu esimerkiksi projektin kohderyhmää koskevat merkittävät tiedot. Ikä, koulutustaso ja kiinnostus ovat hyviä esimerkkejä näistä tiedoista. Pää tavoitteiden asettaminen sekä toteutusmuoto muodostuvat projektin suunnitteluvaiheessa. Suunnittelun tärkein työväline on projektisuunnitelma. Se kertoo miksi projekti toteutetaan, mihin sillä pyritään ja mitä tavoitellaan, mikä tuotos projektissa olisi tarkoitus työstää sekä miten tuotos toteutetaan. Projektisuunnitelman keskiössä on projektin aikataulu. (Silfverberg 2007. 15-51.)

Tämän projektin aihe ja päätavoitteet on valittu perustamisvaiheessa. Nämä ovat muovautuneet sopivaan muotoon suunnitteluvaiheen alussa. Tässä vaiheessa perehtyminen aiheeseen on alkanut tietojen ja tutkimusten haulla sekä ongelman laajuuden selvittämisellä. Tällöin on alkanut myös opinnäytetyön projektisuunnitelman kirjoittaminen sekä verkkosivujen suunnittelu. Aihe on tekijälle läheinen ja nyky-yhteiskunnassa hyvin ajankohtainen. Valmiin tuotoksen vaikutusmahdollisuudet ovat rajattomat, mikäli niistä saa mielenkiintoiset ja houkuttelevat. Verkkosivujen asiasisällön suunnittelun voi katsoa olleen haaste. Sisällöstä on saatava nuoriin vetoava ja asiasisällöltään sen on perustuttava oikeaan eli tutkittuun tietoon. Projektin toteutus on aloitettu heti projektiluvan saavuttua.

Toteutusvaiheen tarkoitus on työstää projektia kohti sen päämäärää. Projektin eri osa-alueet voivat olla riippuvaisia toisista. Tällöin työjärjestys on tärkeä suunnitella etukäteen. (Ruuska 2006. 106–108.) Toteutusvaiheessa on aloitettu varsinaisten verkkosivujen työstäminen. Verkkosivujen julkaisu on prosessi, johon kuuluu neljä eri vaihetta. Vaiheet etenevät sisällön ja verkkosivujen julkaisupohjan valinnan kautta sivujen kokoamiseen ja testaukseen, josta edelleen verkkosivujen julkaisuun (Ruuska 2006, 18, 27-28). Opinnäytetyöraportin teoriaosan on täytynyt muodostua lähelle lopullista, ennen kuin verkkosivujen kirjoittaminen on voitu aloittaa. Verkkosivut työstettiin Webnode – ohjelmalla, koska se on ilmainen ja helppokäyttöinen verkkosivujen julkaisuun. Sivustolla on suuri määrä valmiita

verkkosivupohjia, joista täytyi valita miellyttävin. Tässä projektissa käytetty pohja valittiin sen selkeyden ja koska se sopi värimaailmaltaan haluttuun lopputulokseen. Verkkosivujen sisällön suunnittelun pohjana toimii tämän opinnäytetyön idea ja aihe. Opinnäytetyöhön liittyvän verkkosivun kokoaminen on aloitettu raakasuunnitelmalla sivujen etusivusta. Prosessin edetessä verkkosivujen ulkoasu on muuttunut käytetyn Webnode –verkkosivun sivupohjien myötä. Sivupohjaa valittaessa kiinnitettiin huomio julkaisun ulkoasun tärkeisiin ominaisuuksiin. Nuorten ollessa kohderyhmänä tässä opinnäytetyöprojektissa, on tekstisisällön luomisessa käytetty ymmärrettävää kieltä ja vältetty liian pitkiä kirjoituksia. Asiat on tuotu esille lyhyesti ja ytimekkäästi sekä helposti ymmärrettäväksi. Myös siisti yleisilme sekä esteettisyys ovat huomioon otettuja seikkoja. (kts. Ruuska 2006. 250-259.) Verkkosivujen asiasisältö muokkautui suunnitellusta toteutusvaiheen aikana. Aiheita ja sisältöä on muokattu koko verkkosivujen kokoamisen ajan, ennen kuin on päästy lopulliseen asiasisältöön. Verkkosivujen kokoaminen on edennyt vaiheittain alkaen sivun ensimmäisestä suunnitelmasta lopulliseen tuotokseen. Verkkosivujen taustaväriksi on valittu harmaa, koska se tehostaa muiden värien vaikutuksia. Verkkosivujen tekstiväri on valkoinen sen erottuvuuden ja raikkauden vuoksi. Sivuston värityksen voi sanoa olleen yksi opinnäytetyön ongelmista, koska verkkosivujen on oltava kohderyhmää houkuttelevat.



Kuva 1. Verkkosivujen etusivu

Verkkosivujen navigointipalkki on haluttu sijoittaa sivuston ylälaitaan. Valitun sivun palkki muuttuu muita tummemmaksi sen valitessa. Yläpalkissa oleva navigointi on verkkosivuilla selkeä ja helppolukuinen. Alaotsikoita ei ole, joka tekee sivuista vielä helppokäyttöisemmät. Etusivun (kuva 1) lisäksi verkkosivuilla on siis mahdollista lukea tietoa viideltä eri sivulta.

Verkkosivut tulee testata ennen julkaisua. Tämä on hyvä tehdä usealla eri selaimella ja luetuttaa usealla eri henkilöllä tekstin sisällön ja sen oikeellisuuden tarkistamiseksi. (Keränen yms. 2006. 9, 13-14.) Projektissa julkaistuja verkkosivuja on luetettu usealla eri henkilöllä ja niitä on muokattu saadun palautteen pohjalta. Palautteen pohjalta on muutettu fontin väriä ja kokoa. Myös tekstin määrää on pienennetty ja selkeytetty. Verkkosivujen värimaailmaa on keuhuttu palautteenannon yhteydessä. Osa lukijoista on kuulunut kohderyhmään nuorina tyttöinä. Myös terveydenhuollon ammattilaisia on ollut lukemassa ja antamassa palautetta sivuista.

Projektin onnistumisen arviointi ei ole yksiselitteistä. Saavutettujen tavoitteiden lisäksi projektia tulee arvioida sekä lopputuloksen että tuotantoprosessin näkökulmasta. Sisällöllisten, toteutuksellisen sekä ajallisten tavoitteiden arvioiminen kuuluu projektin arviointivaiheeseen. Aikataulun pitävyys sen sijaan on helppo mitata. Projektin arviointiraadilla voi myös ilmetä keskinäistä ristiriitaa. Projektin lopputulos voi toisen mielestä olla hyvinkin onnistunut ja toiselle se voi tuottaa pettymyksen. Myös projektin eri osa-alueiden arvioinnissa voi olla poikkeavuuksia. Toisella osa-alueella projekti on voinut onnistua hyvin, kun taas toinen osa-alue on epäonnistunut pahasti. (Ruuska 2006. 250-259.) Tämän opinnäytetyön arviointi toteutetaan Turun ammattikorkeakoulun puolesta. Arvioinnissa kiinnitetään huomio niin kirjalliseen julkaisuun, sen sisältöön ja oikeellisuuteen sekä verkkosivuihin.

Valmiista työstä on toteutettu posterit, joka on esitetty posteriseminaarissa. Opinnäytetyö arkistoidaan sähköisesti Theseus –verkkoon. Verkkosivu löytyy Turun ammattikorkeakoulun ja Salon terveyskeskuksen ylläpitämästä Terveysnetin Nuorisonetistä, osoitteesta <http://terveysnetti.turkuamk.fi/nuoriso.html>

9 EETTISYYS JA LUOTETTAVUUS

Projektietiikka on oikean ja väärän oppia, kuten etiikka yleensä. Projektin tekijöiden syventyminen aiheeseen ja sen näkyminen työssä on hyvän projektietiikan mukaista. Rehellisyys, huolellisuus ja tarkkuus lukeutuvat myös hyvään projektietiikkaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 23-27.) Tässä opinnäytetyössä eettisyys tulee esiin parhaiten aihevalinnassa. Aiheen ja tuotoksen on tarkoitus tuottaa hyvää ja saada nuoret voimaan paremmin. Työ on tehty huolellisesti ja päätavoitteena on koko projektin ajan ollut hyvän tuottaminen. Aiheen ollessa hyvin tärkeä tekijälle, on tämä ollut intohimoisesti työstämässä aihetta. Luotettavien tietolähteiden hankinta ja niiden kriittinen arviointi sekä aiheen tarkka valinta ovat osa eettisyyttä projektissa. Myös tietolähteiden merkintä omaan projektiin kuuluu tärkeänä osana projektietiikkaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 23-27.) Työtä tehdessä on lähteiden luotettavaan valintaan kiinnitetty huomiota valitsemalla lähteiksi artikkeleita, tutkimuksia ja kirjoja, joista selviää niin tekijä, paikka kuin aikakin. Lähteet on merkitty tekstiin lähdeviittein. Työ on tehty huolellisesti ja aikaa käyttäen. Eettiset ohjeistukset auttavat laadukkaan asiasisällön luomisessa ja auttavat välttämään moraalista ristiriitaa projektin ja yhteiskunnan välillä. (Health of the net foundation 2014.) Eettisyyden arviointiin on kehitetty HON-koodi, Health on the net, jonka tarkoituksena on auttaa luotettavan terveyteen liittyvän tiedon luomisessa internetiin. HON-koodin tavoitteena on, että terveys-tiedon laatu on luotettavaa ja avointa tietoa. Koodin vuoksi tiedon julkaisija on vastuussa tiedon sisällöstä. HON-koodiin liittyy kahdeksan periaatetta. (Health of the net foundation 2014.)

Tämän opinnäytetyön teossa on hyödynnetty kuutta periaatetta. Ensimmäinen periaate on asiantuntijuus, jonka nojalla laadukkaan tiedon kirjoittajalla tulee olla riittävä pätevyys julkaistun tiedon kirjoittamiseen. (Health of the net foundation 2014.) Valmistuvana terveydenhoitajana tämän opinnäytetyön kirjoittajalla on ollut riittävä pätevyys jo julkaistun tiedon yhteen kokoamiseen ja lähdeviitteitä käyttäen tekstin kirjoittamiseen.

Toinen periaate on täydentävyys, joka takaa laadukkaan tiedon tukevan toinen toistaan ja jossa tietoa ei voi korvata. Kolmantena periaatteena HON-koodilla on luottamuksellisuus, jonka kautta tekijän tiedot ovat esillä niin kunnian kuin epäluotettavuuden varalta. Julkaisussa käytettyjen lähteiden merkitseminen ja päivämäärien julkisuus takaavat neljännen periaatteen, nimeämisen. (Healt of the net foundation 2014.)

Tutkimuseettinen neuvottelukunta TENK on määrittänyt hyvän tieteellisen käytännön periaatteet, joita on sovellettu tämän projektin eettisyyden ja luotettavuuden varmistamiseksi. (TENK 2013. 6.) Tekijänoikeuksien loukkausta kutsutaan plagioinniksi. Tämä tarkoittaa sitä, että toisen henkilön kirjoittamaa tekstiä tai muuta tuotosta käytetään omana. Tämä on niin sanottu luvaton lainaus. Plagiointi ei ole Suomessa rikosnimike, vaan plagioinnista kiinni jäänyttä voidaan syyttää tekijän oikeuksien loukkaamisesta. (Silpiö 2012. 54-55.) Tekijänoikeus on tärkeä muistaa verkkosivuja tehtäessä. Tämä tarkoittaa sitä, että luovan työn tekijälle kuuluu kaikki tämän teokset ja ne ovat tämän omaisuutta. Tekijänoikeuden määrittellään tekijänoikeuslaissa, jonka tarkoitus on suojata työn tekijöitä. Tekijänoikeus käsittää kaikki kirjoitetusta tekstistä valokuviiin ja videoihin. Oikeudet näihin ovat vain niiden tekijöillä. (Keränen ym. 2005. 18-21.) Tämän opinnäytetyön tekijänoikeuden kuuluvat tekijälle itselle. Opinnäytetyö on kirjoitettu intertekstuaalisesti, joka tarkoittaa, että koko tekstissä on viittaukset alkuperäisiin teksteihin. Tällöin teksti on kirjoitettu lainaamalla alkuperäisiä tekstejä, ja mahdollistaa tekstin alkuperäisen version lukemisen. Plagioinnin tarkistus toteutetaan Urkund ohjelmalla.

Oikeellisuus on viides periaate ja tarkoittaa väitteiden ja tiedon perustelemista. Tämän ansiosta teksti on luotettavampaa. Asiasisällön julkaisijan tietojen julkisuus tuo sivuille läpinäkyvyyttä ja luovat kuudennen periaatteen. (Healt of the net foundation 2014.) Opinnäytetyötä tehtäessä on käytetty luotettavia, tieteelliseen pohjaan perustuvaa tietoa. Lähdeviitteiden ja -luettelon ansiosta kaikki tämän työn lähteet on löydettävissä.

10 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on tuotettu verkkosivut nuorille tytöille median vaikutuksista heidän käsityksiinsä tavoiteltavasta ulkonäöstä. Tavoitteena on ollut lisätä nuorten tyttöjen kykyä tunnistaa median ja mainonnan vaikutus minäkuvan muodostumiseen.

Nuoria koskettavan aiheen vuoksi on opinnäytetyö toteutettu projektina, jonka tuotoksena ovat verkkosivut nuorille. Verkkosivut ovat luonteva valinnalta opinnäytetyön aihetta ja kohderyhmää peilattaessa toisiinsa, koska nuoret käyttävät internetiä usean tunnin päivässä. Verkkosivut ja niiden sisältö ovat tärkeä luoda käyttäjälähtöisesti. Tätä helpottaa tekijän kyky asettua lukijan asemaan.

Opinnäytetyön kohderyhmän valinta on ollut helppo, koska nuoruudessa vaurioitunut minäkuva tai heikko itsetunto vaikuttaa negatiivisesti nuoren kasvuun ja kehitykseen. Lisäksi juuri nuoruudessa tapahtuvat kehon muutokset vaikuttavat osaltaan itsetunnon ja minäkuvan kehitykseen. Itsetunnon ja minäkuvaltaan ehjät nuoret kasvavat ehjiksi aikuisiksi. Nuoruus on herkkää aikaa ja psyykkisten muutosten lisäksi kehossa tapahtuu fyysisiä muutoksia. Nuoren aivot ovat muutoksesta johtuen erityisen herkkiä sekä positiivisille että negatiivisille ärsykeille. Negatiivisia ärsykeitä ovat esimerkiksi päihteet, stressi ja psyykkiset traumat. Näiden ärsykkeiden ja erilaisten nuoruuden kokeiluiden myötä, nuorelle vakiintuu käsitys esimerkiksi itsestä, elämäntavoista ja tottumuksista. (Aalberg & Siimes 2007. 63-68. Marttunen yms. 2013.7-8.)

Nuoren tyytymättömyyteen omaa vartaloaan kohtaan vaikuttaa ristiriita kulttuurin määrittämän ja terveyden kannalta hyvän painon välillä. Kulttuurin määrittämä paino välittyy erityisesti median kautta. Media määrittää nykypäivänä sen, millainen vartalo on kaunis, menestyvä, suosittu ja hyvinvoiva. Realistisen minäkuvan kehityksen on koettu olevan yksi tärkeimmistä nuoruusiän kehitystehtävistä. Tähän vaikuttavat sekä oman konkreettisen vartalomallin ja ihannevartalomallin eroavaisuus että lähipiirin hyväksyminen ja kannustaminen nuorta olemaan oma

itsensä. Häiriöt terveen minäkuvan kehittymisessä voivat johtaa itsetunnon heikkenemiseen, masennukseen, epäterveelliseen painonhallintaan sekä syömishäiriöihin. Nykynuoret elävät osana maailmaa, jossa ulkonäkö ja suoritukset määrittävät usein yksilön arvon. Hyväksytyksi kokeminen, hyväksyvässä ilmapiirissä eläminen ja kannustus lähipiirissä ovat avain asemassa nuoren terveen minäkuvan kehityksessä. (Kärkkäinen yms. 2015.) Opinnäytetyössä tuotetuilla verkkosivuilla on kerrottu nuorille itsetunnosta ja minäkuvasta, jotta tietoisuus omasta itsestä ja siihen vaikuttavista tekijöistä kasvaisi. Lisäksi on haluttu haastaa nuorta pohtimaan omaa itsetuntoaan ja minäkuvaa sekä annettu välineitä niiden kehittämiseen. Verkkosivuilta on luettavissa tehtäviä, joiden avulla nuori voi omaa itsetuntoaan kehittää.

Internetiin kirjoitetun tekstin on tärkeää olla käyttäjälähtöisesti kirjoitettu, eri kohderyhmille kirjoitetaan eri tavoin. Ymmärrettävyys ja luettavuus ovat internetiin kirjoitetun tekstin avaintermejä. Lisäksi lauserakenteiden selkeys ja päälauseessa esitetyt avainkäsitteet sekä tekstin looginen eteneminen ovat tärkeä osa verkkokirjoittamista. (Miikkulainen 2005, lisa 1997.) Kaikki verkkosivuille kirjoitettu on kohdennettu juuri lukijalle, käyttämällä *sinä* ilmaisua. Tällä on haluttu luoda lukijalle tunne, että teksti on kirjoitettu henkilökohtaisesti juuri hänelle. Opinnäytetyössä julkaistuilla verkkosivuilla on pyritty lyhyisiin lauseisiin ja kappaleisiin juuri helpon luettavuuden vuoksi. Tekstissä on vältetty lyhenteitä sekä käyttäjille vierasta termistöä. Myös nämä helpottavat tekstin luettavuutta. Tekstistä on pyritty tekemään niin tilanteeseen kuin aiheeseenkin sopivaa. Kirjoitettaessa on kiinnitetty huomiota tekstin yhteneväisyyteen ja tarkasteltu tekstiä kokonaisuutena. Lisäksi lauserakenteisiin, lukijan huomion kiinnittämiseen ja tekstin sävyyn on paneuduttu huolella.

Opinnäytetyö projektin tuotosta voivat hyödyntää pääasiassa nuoret. Verkkosivut on toteutettu niin, että ne on suunnattu suoraan nuorille puhuttelevalla, henkilökohtaisella tavalla. Verkkosivujen on tarkoitus kannustaa nuorta luottamaan siihen, että hän kelpaa juuri sellaisena kuin on. Myös vanhemmat voivat perehtyä sivuihin ja verkkosivut voivat tukea vanhempia nuoren hyväksymisessä ja kan-

nustamisessa. Koulumaailmassa verkkosivujen hyödyntäminen esimerkiksi terveystiedon tunneilla voisi olla aiheellista. Itsetunnosta ja minäkuvasta tulisi nyky-yhteiskunnassa puhua julkisesti enemmän. Itsetunnon ja minäkuvan roolit nuoren kasvussa on vasta lähivuosina tuotu julkisuuteen eikä nuoret vielä tiedosta itsensä näitä riittävästi. Julkiset kampanjat aiheen ympärillä lisääisivät tietoutta asiaan ja auttaisivat osaltaan nuorten terveyden edistämistä. Aiheeseen liittyen voisi jatkossa kehittää verkkosivuja itsemyötätunnosta. Itsemyötätunto tarkoittaa suhtautumista itseensä yhtä ymmärtäväisesti ja lämminhenkisesti kuin ystävään. Tämän avulla nuori voisi kohentaa itsetuntoaan harjoituksilla, joita verkkosivuille laadittaisiin.

LÄHTEET

- Aalberg V. & Siimes M.A. 2007. Lapsesta aikuiseksi – Nuoren kypsyminen naiseksi tai mieheksi. 63-68. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Nemo.
- Aaltonen M.; Ojanen T.; Vihunen R. & Vilén M. 1999. Nuoren aika. 12-13, 18-19. Porvoo: WSOY.
- Bergstöm-Lehtovirta J. 2008. Nuorten terveyden edistämisen verkkopalvelut. Viitattu 28.2.2016. http://www.soberit.tkk.fi/T-121/shared/thesis/kandityot/Joanna_Bergstrom_kandityo.pdf
- Boström J. 2011. Valheelliset mielikuvat – Mainoskuvien tulkitseminen. Viitattu 28.2.2016. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/34112/Julia_Bostrom.pdf?sequence=1
- Haasio A. 2008. Kaikki irti internetistä. 252-253. Vaajakoski: Gummerus.
- Hamarus P. 2006. Koulukiusaaminen ilmiönä – yläkoulun oppilaiden kokemuksia kiusaamisesta. Viitattu 2.2.2017. <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/13307/9513926966.pdf?sequence=1>
- Hatva A. 1998. Verkkojulkaisun ulkoasu. 11. Helsinki: Edita.
- Health of the net foundation 2014. The commitment to reliable health and medical information on the internet. Viitattu 12.3.2016. <http://www.hon.ch/HONcode/Patients/Visitor/visitor.html>
- Hirsjärvi S.; Remes P. & Sajavaara P. 2010. Tutki ja kirjoita. 23-27. Helsinki: Tammi.
- Hyppönen H. & Niska A. 2008. Kohti kansalaisen sähköisten terveyspalvelujen rakentamisen hyvää käytäntöä. STAKES. Viitattu 12.3.2016. <http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/74979/R9-2008-VERKKO.pdf>
- Iisa K. 1997. Kielikello 3/1997. Kielenhuoltoa, tekstinhuoltoa, tekstintarkastusta ja koulutusta. Viitattu 21.4.2017. <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=921>
- Jarasto P. & Sinervo N. 1999. Murrosikäisen ja nuoren maailma. Jyväskylä: Gummerus.
- Kauhanen M. 2012. Minuus. 20-21. Hämeenlinna: Karisto Kirjapaino Oy.
- Keränen V.; Lamberg N. & Penttinen J. 2005. Digitaalinen media. 2-5, 11-15. Porvoo: Docendo.
- Keränen V.; Lamberg N. & Penttinen J. 2006. Web-julkaiseminen & multimedia. 9, 14-15. Porvoo: Docendo.
- Keskuskauppakamari. 2016. Vuonna 2015 mainoksista valittiin ennätysmäärä Viitattu 23.2.2016. <http://kauppakamari.fi/2016/02/03/vuonna-2015-mainoksista-valitettiin-ennatys-maara/>
- Keskuskauppakamari. 2014. MENin säännöt. Viitattu 23.2.2016. <http://kauppakamari.fi/lautakunnat/men/saannot/>
- Korkeamäki A.; Pulkkinen I. & Selinheimo R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Kärkkäinen U.; Dadi Y. & Keski-Rahkonen A. 2015. Nuoren naisen ihannepaino – sosiokulttuurisia ja terveydellisiä näkökohtia. Lääketieteen aikakauskirja Duodecim.
- Laakso M. 2013. Sosiaalisten tekijöiden yhteys 15–18-vuotiaiden tyttöjen itsetuntoon ja ruumiinkuvaan. Viitattu 19.1.2016. http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20130083/urn_nbn_fi_uef-20130083.pdf

- Laine L. 2011. Värien viestit – Värien tehokas käyttö informaation välityksessä. Viitattu 2.3.2016. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/29872/Laine_Lauramaria.pdf?sequence=1
- Liukko S. & Kangassalo M. 1998. Mediaa muruille. 11. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Mannerheimin lastensuojeluliitto. 2011. Ei nettikiusaamiselle! Viitattu 2.2.2017. <https://mll-fi-bin.directo.fi/@Bin/9f04c1bdc9c0a016379395af2953be/1486026859/application/pdf/13707181/MLL%20Ei%20nettikiusaamiselle%2012042011kor.pdf>
- Mannerheimin lastensuojeluliitto. 2010. Terve minä. Viitattu 10.2.2016. <http://mll-fi-bin.directo.fi/@Bin/82280f0e69b331814904091cd1053802/1454587372/application/pdf/13118423/MLL%20tukioppilastoiminta%20-Terve%20min%C3%A4%202010.pdf>
- Martikainen L. 2007. Minä nuori nainen. 9-11. Kuopio: Unipress.
- Matikainen J. 2008. Verkko kasvattajana. 25. Helsinki: Palmenia.
- Marttunen M.; Huurre T.; Strandholm T. & Viialainen R. 2013. Nuorten mielenterveystyö – opas nuorten parissa työskenteleville aikuisille. Terveys- ja hyvinvoinnin laitos. 7-8. Viitattu 3.2.2017. http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/110484/THL_OPA025_2013.pdf?sequence=1
- Miikkulainen R. 2005. Kielikello 2/2005. Mikä teksti, mikä verkko? Viitattu 20.4.2017. <http://www.kielikello.fi/index.php?mid=2&pid=11&aid=1568>
- Nieminen H. & Pörhölä M. 2011. Lasten ja nuorten verkkokiusaamisen tutkimushaasteita. Prologi. Jyväskylä: Puheviestinnän vuosikirja.
- Nyysölä K. 2008. Mediakulttuuri oppimisympäristönä. 144-145. Helsinki: Edita.
- Pakarinen A. & Tala J. 2009. Mainonnan eettisyys itsesäätelyn kohteena. Helsinki.
- Pontevedra C.L. 2007. Itsetunto. Espanja: Perhemediat Oy.
- Puuronen A. & Välimaa R. 2001. Nuori ruumis. 92. Tampere: Gaudeamus.
- Pääkkönen H. 2014. Uusi teknologia on vaikuttanut koululaisten elämäntapoihin. Viitattu 28.2.2016. http://www.stat.fi/artikkelit/2014/art_2014-02-26_004.html?s=0
- Rope T. 1987. Asiakaskeskeinen markkinointi. Espoo: Weilin+Göös.
- Salokoski T. & Mustonen A. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin. Mediakasvatusseura 2007. Viitattu 23.2.2016.. <http://www.mediakasvatus.fi/publications/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>
- Sarpavaara H. 2004. Ruumiillisuus ja mainonta. 144. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Silfverberg P. 1996. Ideasta projektiksi: projektisuunnittelun käsikirja. 15-51. Helsinki: Edita.
- Silpiö K. 2012. Opiskeluvilppi ja plagiointi korkeakoulujen opintosuorituksissa. Tampereen yliopisto. Viitattu 12.3.2016. <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/83210/gradu05631.pdf?sequence=1>
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2006a. Opiskeluterveydenhuollon opas. Viitattu 3.2.2017. http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/111322/Jul_2006_12_opiskeluterveydenhuolto_verkko.pdf?sequence=1
- Sosiaali- ja terveysministeriö. 2006b. Terveys edistämisen laatusuositus. Viitattu 11.3.2016. http://stm.fi/documents/1271139/1359643/terveydenlaatusuositus_1.pdf/adbcba5-7cad-4e36-86bc-77fac9769466

Sosiaali- ja terveysministeriö & STAKES. 2002. Kouluterveydenhuolto 2002. Viitattu 3.2.2017.
http://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/104361/Oppaita51_2002.pdf?sequence=1

Suomen mielenterveysseura. 2017. Hyvä itsetunto on optimistista realismia. Viitattu 1.2.2017.
<http://www.mielenterveysseura.fi/fi/mielenterveys/itsetuntemus/hyv%C3%A4-itsetunto-optimistista-realismia>

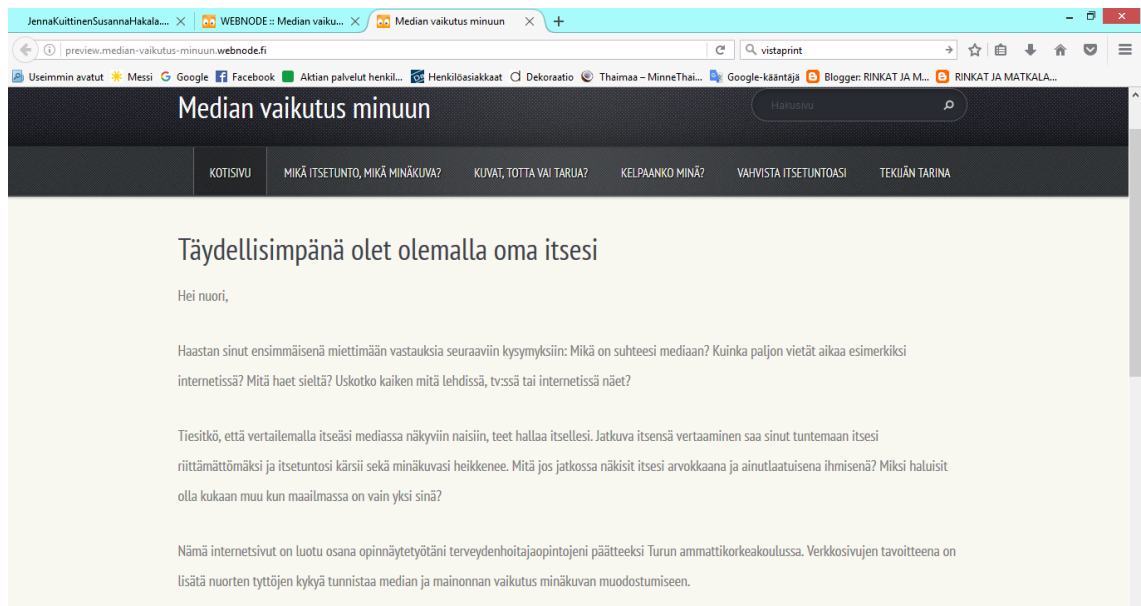
Terveys- ja hyvinvoinnin laitos. 2015. Keskeisiä käsitteitä. THL. Viitattu 1.3.2015.
<https://www.thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/keskeisia-kasitteita>

Thorslund E. 2009. Nuoret, netti ja mobiili. 91. Hämeenlinna: Karisto.

Toivakka S. & Maasola M. 2012. Itsetunto kohdalleen! Harjoituksia itsetuntemuksen ja vuorovaikutustaitojen oppimiseen. 17-19, 25-28. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vänskä A. 2012. Muodikas lapsuus – lapset mainoskuviissa. Tampere: Gaudeamus.

Liitteet:



Liite 1. Verkkosivujen etusivu

Artikkeli Terveystietojalehteen

Media vaikuttaa nuoreen

Medialla ja mainonnalla on suuri merkitys nuoreen päivittäin. Nuorten päivittäisen mediankäytön myötä sen vaikutukset nuoren itsetuntoon ja minäkuvaan ovat kasvaneet. Itsetunto ja minäkuva alkavat nuorena rakentua uudelleen ja se onkin herkkää aikaa, jolloin ulkoisten tekijöiden vaikutukset korostuvat. Nuori vertaa itseään median välittämiin kauneushanteisiin ja mikäli nuoren itsetunto ja minäkuva ovat hauraita johtaa tämä vertailu niiden heikkenemiseen edelleen. Hyvällä itsetunnolla ja minäkuvalla varustettu nuori kykenee kuitenkin käyttämään mediaa niiden vahvistamiseen. (Laakso 2013, Salokoski & Mustonen 2011.) Itsetunnon vahvistamiseksi on mahdollista myös tehdä töitä. Itsemyötätunnon kehittämisen harjoitukset ovat yksi tämän hetken puhutuimmista itsensä kehittämiseen liittyvistä apuvälineistä.

Itsemyötätunto tarkoittaa suhtautumista itseensä yhtä ymmärtäväisesti ja lämminhenkisesti kuin ystävään. Grandell (2015) on kehittänyt itsemyötätuntokäsitteen Gilbertin myötätuntoisen psykoterapian pohjalta. Ihmisen aivot ovat kehittyneet miljoonien vuosien aikana, mutta niiden muutokset eivät ole kehittyneet yhtä ripeästi. Tämän vuoksi tilanteisiin reagoidaan helposti liian vahvasti. Reaktiot, jotka kivikaudella ovat olleet tarpeellisia, eivät välttämättä toimi nyky-yhteiskunnan muutoksissa. Ihmisen reaktiot johtuvat suojaavalmiuksista, joihin liitetään tunteet pelko, viha, ahdistus, syyllisyys, suru ja häpeä. Näiden tunteiden pohjalta ihminen reagoi tilanteisiin ja usein liikaa. Kun ihminen toimii näiden tunteiden vallassa ja taistelee niitä vastaan, tunne usein lisääntyy. Tällöin itsemyötätunnon ei jää tilaa ja olo pahenee. Itsemyötätunnon kautta ihminen pystyy pysäyttämään tämän tunteiden vuoristoradan ja olemaan itsellensä armollinen. (Grandell 2015, Kelttikangas-Järvinen 2017.)

Nuori, joka osaa olla itselle armollinen, voi paremmin kuin itseään jatkuvasti muihin vertaava nuori. Opinnäytetyön tavoitteena onkin ollut lisätä nuorten tyttöjen kykyä tunnistaa median ja mainonnan vaikutuksia minäkuvan muodostumiseen. Opinnäytetyö toteutettiin projektimuotoisesti ja siinä on luotu verkkosivut nuorille tytöille Terveystietojalehteen Nuorisoverkoston median vaikutuksista heidän käsityksiinsä tavoiteltavasta ulkonäöstä. Työ on aloitettu tutustumalla alan kirjallisuuteen ja lähteinä on käytetty tutkittua tietoa.

Verkkosivut on koottu ilmaisen Webnode – verkkosivuston kautta sen helppokäyttöisyyden vuoksi. Pohja sivuille on valittu valmiiden sivupohjien joukosta. Värikykseltään sivut

ovat harmaansävyiset sen rauhoittavan ja uskottavuutta lisäävän vaikutuksen vuoksi (Laine 2011). Navigointipalkki on sijoitettu sivun ylälaitaan ja se näkyy jokaisella sivulla samanlaisena. Otsikot ovat houkuttelevia ja usea niistä on kirjoitettu nuorten oletettujen kysymysten muotoon. Alaotsikoita navigointipalkista ei löydy. Sivut on haluttu pitää mahdollisimman yksinkertaisina. Kotisivun lisäksi verkkosivuilla on sivut itsetunnolle ja minäkuvalle. Median käyttämistä kuvista on kerrottu toisella sivulla. Kolmannella sivulla kannustetaan nuorta luottamaan siihen, että hän on riittävän hyvä. Viimeiset kaksi sivua on itsetunnon parantamiseen ja itsemtyötätuntoon keskittyviä. Näiltä sivuilta löytyy harjoituksia niin itsetunnon kohentamiseen kuin itsemtyötätunnon opettelemiseenkin. Lähdesivulle löytyy linkki kotisivulta.

Verkkosivuja voi hyödyntää pääasiassa nuoret, jotka kamppailevat itsetunnon kanssa. Nuori saa sivuilta monipuolista tietoa ja kannustusta olemaan oma itsensä. Myös nuoren vanhemmat voivat vierailla sivuilla ja saavat sieltä vastauksia itsetunto – ja minäkuvaongelmista kärsivien nuoren kanssa toimimiseen ja heidän ymmärtämiseensä. Tämän lisäksi verkkosivut toimisivat peruskoulun terveystiedon tunneilla. Terveystiedon edistäminen verkkosivujen kautta on nuorten kohdalla luonnollinen väylä. Nuorten itsetunnon ja minäkuvan vahvistamiseen on tärkeä kiinnittää huomiota. Itsetunnoltaan ja minäkuvaltaan terve nuori kasvaa näiltä osin myös terveeksi aikuiseksi. Yhteiskunnan luomien kehönkuvaihanteiden muuttumisella olisi positiiviset vaikutuksen nuorten itsetunnon ja minäkuvan kehittymiselle. Terveystiedonhoitajat ovat suurella osalla nuorten itsetunnon ja minäkuvan vahvistamisessa. Tähän tulisi kiinnittää paljon nykyistä enemmän huomiota vastaanotolla nuoria kohdatessa. Asian puheeksi ottamisella on jo itsessään suuri merkitys. Nuori kokee, että hänestä ja hänen hyvinvoinnistaan huolehditaan. Tällöin nuori ymmärtää myös, että hänen ei tarvitse olla yksin myöskään itsetuntoon liittyvien ongelmien kanssa. Terveystiedonhoitajat voivat hyödyntää verkkosivuja esimerkiksi perehtymällä niihin itse ja ohjaamalla nuorta vastaanotolla verkkosivuja ohjauksen pohjana käyttäen. Terveystiedonhoitaja voi myös ohjata nuoren verkkosivuille ja käydä hänen kanssaan yhdessä läpi sieltä löytyviä harjoituksia.

Verkkosivut löytyvät osoitteesta www.terveysnetti.turkuamk.fi/nuoriso

Lähteet:

Grandell R. 2015. Itsemtyötätunto. Helsinki. Tammi.

Kelttikangas-Järvinen L. 2017. Hyvä itsetunto. Helsinki. WSOY.

Laakso M. 2013. Sosiaalisten tekijöiden yhteys 15–18-vuotiaiden tyttöjen itsetuntoon ja ruumiinkuvaan. Viitattu 14.12.2017. http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20130083/urn_nbn_fi_uef-20130083.pdf

Laine L. 2011. Värien viestit – Värien tehokas käyttö informaation välityksessä. Viitattu 2.3.2016. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/29872/Laine_Lauramaria.pdf?sequence=1

Salokoski T. & Mustonen A. Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin. Mediakasvatusseura 2007. Viitattu 14.12.2017. <http://www.mediakasvatus.fi/publications/ISBN978-952-99964-2-1.pdf>